

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Teknologi informasi yang berkembang pesat setiap tahunnya membawa dampak yang sangat besar dalam segala aspek kehidupan, salah satunya perkembangan dalam dunia bisnis dan pemasaran. Pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya dipakai oleh perusahaan besar saja, banyak unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang mulai memanfaatkan teknologi dalam menunjang proses bisnis mereka. Dengan adanya teknologi, konsumen memiliki peluang yang sangat luas untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Sebuah perusahaan harus mampu menyediakan produk dengan harga lebih murah, pelayanan yang lebih baik dari pesaing serta informasi yang cepat dan mudah diakses oleh pengguna. Oleh karena itu, toko Cubiebaby harus memiliki teknologi yang mampu membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya.

Suatu strategi yang bisa menghubungkan antara penjual dengan konsumen ialah dengan memanfaatkan metode *Customer Relationship Management (CRM)* yang akan bekerja secara otomatis, nantinya *CRM* ini akan dikombinasikan dengan *bot chat*. Yang nantinya *bot chat* dan *CRM* ini akan diterapkan pada sebuah *e-commerce*. *CRM* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk lebih mengetahui dan memahami pelanggannya, sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik serta membina hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya[1]. *E-commerce* adalah sebuah layanan di

internet dalam bentuk *website* untuk bertransaksi atau berdagang secara online [2]. *Chat bot* merupakan sebuah program komputer yang dapat menjalankan *intelligent conversation* dengan pengguna melalui media suara ataupun teks, seringkali dilakukan dengan percakapan yang singkat[3].

Dewasa ini banyak ditemui beragam bisnis yang kehilangan konsumen dikarenakan lamanya respon dari penjual ketika konsumen menghubungi penjual terkait. Beberapa pebisnis juga kehilangan konsumen karena kurangnya promosi dan pendekatan yang dilakukan dari pihak penjual kepada para konsumen, hal ini tentunya menyebabkan konsumen mudah beralih ke pedagang lainnya dengan bisnis serupa. *E-commerce* merupakan strategi bisnis *online*, yang mana pedagang bisa memasarkan dan menjual produk mereka secara *online*. Namun sangat jarang ditemui pada zaman sekarang *e-commerce* yang memiliki fitur CRM dengan memanfaatkan analisa pelanggan, sehingga kadang pemilik bisnis kesusahan dalam mencari pelanggan potensial mereka.

Pemanfaatan fitur *chat bot* pada sebuah *e-commerce*, akan mempermudah konsumen ketika ingin berbelanja dan berkomunikasi dengan *owner* yang bersangkutan, konsumen tidak perlu menunggu lama untuk menunggu balasan dari pihak *online shop*, karena *bot chat* yang diterapkan pada *e-commerce* akan secara otomatis membalas pesan yang masuk. Diterapkannya CRM pada sebuah *e-commerce* akan memudahkan penjual dalam menganalisa pelanggannya, pihak penjual bisa dengan mudah memahami kebutuhan pelanggan. CRM secara otomatis akan membantu admin dalam mencari pelanggan potensial dan secara berkala *owner* bisa mengirimkan promo serta produk terbaru kepada pelanggan

potensial yang ada. Dengan adanya penerapan CRM pada suatu *online shop* secara tidak langsung pelanggan akan merasa kebutuhannya dipahami oleh pihak *online shop* dan akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Dengan digabungkannya antara *e-commerce*, CRM dan *chat bot* tentunya bisa mempermudah *owner* dari *online shop* terkait dalam menjalankan bisnis, serta akan mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan uraian di atas maka perlu adanya solusi dalam mengatasi masalah-masalah yang ada dan diperlukannya sebuah teknik untuk dapat membuat dan mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* sebagai media bisnis. Sehingga penulis tertarik untuk menganalisa dan membuat sebuah sistem dengan mengangkat sebuah judul penelitian yaitu :

**“PENGIMPLEMENTASIAN *BOT CHAT* DAN AUTOMASI CRM  
PADA PEMBUATAN *E-COMMERCE CUBIEBABY*”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah diantaranya :

1. Bagaimana memudahkan pihak toko Cubiebaby dalam melakukan penjualan dan pemasaran produknya secara *online*.
2. Bagaimana merancang dan membangun sebuah aplikasi *e-commerce* dengan fitur *Bot chat* dan *Automasi CRM* pada toko Cubiebaby yang nantinya akan

mempermudah pihak toko dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan, mencari pelanggan baru, serta melakukan promosi produk yang ditawarkan ?

3. Bagaimana menerapkan sistem *Bot chat* dan CRM pada sebuah *e-commerce* dalam menentukan pelanggan potensial ?
4. Bagaimana mengimplementasikan sebuah sistem *e-commerce* sehingga pemilik bisnis bisa dengan mudah memantau laporan penjualan tokonya ?

### 1.3. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat dikemukakan beberapa hipotesa sebagai jawaban sementara dari permasalahan yang ada yaitu :

1. Diharapkan dalam penelitian ini dapat merancang dan membangun sebuah sistem *e-commerce* yang akan memudahkan pemilik bisnis dalam menjual dan memasarkan barang yang ia jual.
2. Diharapkan dalam penelitian ini dapat merancang dan membangun sebuah layanan *Bot chat* dan *Automasi CRM* pada sebuah *e-commerce* yang dapat membantu pihak *online shop* dalam mencari pelanggan, melakukan promosi barang kepada pelanggan, serta menciptakan kesetiaan pelanggan.
3. Dengan diterapkannya layanan *Bot chat* dan *Automasi CRM* pada sebuah *e-commerce* diharapkan pemilik *online shop* akan dengan mudah dalam menganalisa dan menetapkan pelanggan potensial.

4. Dengan di implementasikannya sistem *e-commerce* pada toko Cubiebaby, maka pemilik toko bisa memantau laporan penjualan toko nya.
5. Data yang dipakai adalah data yang telah di dapatkan melalui wawancara langsung dengan pemilik toko CubieBaby Batusangkar.

#### **1.4. Batasan Masalah**

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam laporan penelitian ini, maka diterapkannya batasan-batasan terhadap sistem yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar langkah-langkah pemecahan masalah tidak menyimpang. Adapun Batasan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Sistem yang dibangun ialah sistem yang bisa membantu penjualan, pemasaran serta mengelola pelanggan dari toko Cubiebaby berbasis Bahasa pemrograman PHP dan *database* MySQL.
2. Kegiatan yang bisa dilakukan oleh sistem diantaranya, melakukan penjualan produk secara *online*, mencari pelanggan potensial, melakukan balas pesan otomatis kepada beberapa jenis pesan yang dikirimkan oleh pelanggan, melakukan promosi produk baru dengan mengirimkan pesan *broadcast*, dan laporan penjualan.
3. Tidak membahas mengenai *scanning barcode*, serta metode pembayaran hanya dilakukan melalui transfer bank/*m-banking*.

### 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan yaitu :

1. Merancang dan membangun sebuah *bot chat* dan *Automasi CRM* pada *e-commerce* yang dibangun pada toko CubieBaby Batusangkar yang dapat membantu pemilik toko dalam mengelola toko serta pelanggan.
2. Membantu pemilik toko Cubiebaby Batusangkar dalam melakukan penjualan dan promosi produk secara *online*.
3. Memudahkan pemilik toko CubieBaby Batusangkar dalam berkomunikasi dengan pelanggan karena dibantu oleh *bot chat*.
4. Memudahkan pemilik toko CubieBaby Batusangkar dalam mencari pelanggan potensial.
5. Membantu pemilik toko CubieBaby Batusangkar dalam memantau laporan penjualan.

### 1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini diantaranya :

1. Dapat mencoba mengaplikasikan ilmu yang telah didapat dalam dunia perkuliahan dan melatih logika pemrograman dalam membuat suatu aplikasi.
2. Memberikan kemudahan bagi pemilik toko dalam mengelola segala kegiatan yang ada pada toko baik itu dari segi penjualan, pembelian maupun pelanggan yang ada.
3. Memudahkan pemilik toko dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan.

4. Memberi kemudahan kepada pemilik toko dalam melakukan promosi produk, pencarian pelanggan potensial dan mencari pelanggan baru.
5. Memberikan kemudahan bagi pemilik toko dalam mengakses laporan penjualan yang ada.
6. Memberikan jaminan akan keakuratan data-data yang ada.
7. Memberikan jaminan akan ketersediaan data kapan pun pemilik toko membutuhkan data tersebut.

## **1.7. Tinjauan Umum Perusahaan**

Tinjauan umum bertujuan untuk memberikan gambaran tentang perusahaan, seperti sejarah terbentuknya perusahaan, struktur organisasi dan tugas masing-masing individu.

### **1.7.1. Sejarah Perusahaan**

CubieBaby merupakan sebuah toko yang menjual berbagai macam kebutuhan, mulai dari kebutuhan anak-anak, remaja dan dewasa. Yang mana toko cubiebaby ini terletak di Kota Batusangkar, khususnya pada Jalan Katumanggungan, Pasar Papan Batusangkar.

Asal mula nama Cubiebaby diambil dari nama anaknya yang bernama Cubie, ketika waktu itu anak beliau masih berumur satu tahun, sehingga nama tokonya dibuat menjadi cubiebaby.

Seiring berkembangnya teknologi dan semakin sulitnya persaingan pasar, pemilik toko merasa perlunya dilakukan pemasaran melalui media

sosial agar pelanggan yang berbelanja pada tokonya tidak hanya berasal dari Kota Batusangkar saja, tetapi juga bisa dari luar daerah. Oleh karena itu pemilik toko membuat suatu *online shop* pada media sosial *instagram* dengan nama *cubiebaby*. Namun pemilik merasa kurang efektif dalam melakukan penjualan melalui media *instagram* ini, dikarenakan tidak bisa nya pembeli melakukan pembelian *online*, sehingga pemilik toko merasa butuhnya dibuat sebuah *e-commerce* yang bisa membantu penjualan, promosi dan menyimpan laporan penjualan.

### 1.7.2. Struktur Organisasi



Sumber : Toko Cubiebaby Batusangkar

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi *Online Shop* Cubiebaby Batusangkar**



Adapun tugas dan wewenang dari dari masing-masing bagian ialah :

1. Pemilik
  - a. Mengawasi berbagai kegiatan seperti kegiatan penjualan, penataan dan pengemasan produk yang terjadi pada toko cubiebaby.
  - b. Memutuskan dan menyusun rencana pemasaran produk pada toko.
  - c. Mengorganisir, membimbing serta mengarahkan bawahannya.
2. Bagian Administrasi
  - a. Mencatat transaksi-transaksi yang dilakukan.
  - b. Bertanggung jawab kepada pemilik toko atas laporan penjualan.
  - c. Membuat daftar pembelian barang.
3. Bagian pemasaran
  - a. Melakukan dan merencanakan proses pemasaran produk
  - b. Melakukan pelayanan pada pelanggan yang berinteraksi toko dan melakukan pemesanan *online*
  - c. Melakukan promosi dan pengenalan produk baru kepada pelanggan.
4. Bagian Finishing
  - a. Melakukan pengemasan barang sesuai dengan pesanan pelanggan.
  - b. Melakukan pengiriman barang sesuai dengan pesanan pelanggan.