

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi banyak di manfaatkan pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Semakin ketatnya persaingan bisnis membuat banyak pelaku bisnis atau perusahaan baik skala besar atau kecil menuntut adanya sebuah strategi pemasaran yang mengacu pada tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang berdampak pada pendapatan usaha. Teknologi informasi dalam kegiatan bisnis begitu berpengaruh untuk mendapatkan sebuah informasi yang cepat, tepat dan akurat.

Pada dasarnya setiap suatu perusahaan mempunyai tujuan yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin, tetapi terkadang perusahaan cenderung melupakan bahwa pelanggan merupakan salah satu aset yang sangat berperan penting dalam membantu pencapaian tujuan tersebut, sehingga perusahaan kurang memperhatikan pelanggannya. Yang biasanya sering terjadi adalah pembeli melakukan transaksi, setelah transaksi selesai, antara pembeli dan perusahaan tidak terjadi kontak, sehingga perusahaan kehilangan kesempatan untuk mendapat keuntungan yang lebih lanjut dari pembeli yang sama. Pelanggan mempunyai peran yang penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena jika perusahaan tidak mengenal pelanggannya dan apa yang mereka inginkan, perusahaan tidak dapat mempertahankan pelanggannya. Sesungguhnya persaingan saat

ini lebih menekankan pada bagaimana perusahaan dapat menyadari siapa target utama yang menjadi sasaran dalam proses penjualan, pemasaran, dan pelayanan. Dan bagaimana perusahaan dapat memperlakukan pelanggan dengan baik. Melalui Customer Relationship Management (CRM), memungkinkan terciptanya kesetiaan pelanggan tidak hanya setia terhadap produknya saja tetapi juga setia pada perusahaan.

CRM merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk mengatur hubungan antara penjual dengan pembeli sehingga terjalin komunikasi yang baik. Implementasi CRM diperlukan sebagai strategi pemasaran guna mengembangkan usaha. CRM menurut (buttler,2007) yaitu “ strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitable”.

Hubungan dengan pelanggan merupakan hubungan yang sangat berpengaruh pada keberhasilan sebuah bisnis. (Agus Eka Pratama, 2020) menyatakan bahwa CRM merupakan perpaduan antara metodologi dengan menggunakan teknologi dan strategi untuk membantu pengelolaan data pelanggan agar tujuan perusahaan tercapai.

Berdasarkan perkembangan teknologi dan kebutuhan customer akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep yang menghubungkan antara CRM tradisional dengan CRM berbasis web yaitu

E-CRM. E-CRM adalah suatu aplikasi internet atau suatu teknologi yang berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat, dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang, yaitu bidang pemasaran, bidang pemesanan, dan pelayanan konsumen dan penelitian ini di fokuskan kepada jenis CRM Oprasional. CRM Oprasional adalah pandangan untuk memberikan dukungan proses bisnis seperti penjualan, pemasaran, dan staf pelayanan.

Penggunaan sistem informasi digunakan sebagai pengganti sistem yang manual menjadi terkomputerisasi, pada prosesnya sistem yang dibangun berbasis web mobile. Dimana dapat diakses oleh pengguna melalui penjelajah situs mobile. Aplikasi web mobile ini tidak perlu diinstall ataupun dikompilasi pada perangkat mobile dan memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten dalam kondisi yang real-time.

Toko Berkah Pangan merupakan usaha yang bergerak di bidang usaha bahan pangan, Usaha ini menjual dan menjadi suplayer bahan pangan seperti daging sapi, daging ayam, telur dan beras. Toko Berkah pangan mempunyai 2 jenis pelanggan yaitu perorangan dan perusahaan. Kedua pelanggan tersebut bisa memesan daging dan beras di toko Berkah Pangan. Adapaun masalah yang terjadi di toko Berkah Pangan antara lain:

Pada proses pemasaran perusahaan masih kebingungan dalam memasarkan produk yang perusahaan jual dikarenakan perusahaan masih belum mempunyai media perantara untuk menyampaikan mengenai informasi produk yang akan diberikan pada pelanggan, sehingga dapat mengakibatkan kurangnya informasi yang diketahui oleh pelanggan lama atau calon pelanggan baru mengenai produk baru dan produk lama pada Toko Berkah Pangan. Kemudian pada proses pemesanan pihak pelanggan masih kesulitan dalam memesan suatu produk kepada perusahaan karena proses pemesanan hanya dilakukan datang langsung ke toko atau pun telepon, yang menjadi kendala dalam proses pemesanan disini yaitu . Pelanggan terkadang tidak mengetahui toko sedang tutup atau tidak karena satu atau dua hal dan juga tidak dapat mengetahui promo dan diskon produk apa saja yang tersedia sehingga terkadang ada produk yang kehabisan dan sedang tidak ada stok atau ada barang yang memang harus di pesan dulu.

Permasalahan lainnya yaitu pada proses pelayanan pelanggan masih terdapat pelanggan yang merasa kurangnya fasilitas yang dapat membantu mereka untuk mendapatkan informasi, kemudian perusahaan masih kesulitan dalam proses mengelola dan menyimpan data pelanggan yang membeli produk yang menyebabkan perusahaan sulit untuk menghubungi pelanggan dan memberikan informasi mengenai adanya peningkatan performa produk dan adanya produk baru yang ditawarkan perusahaan,

perusahaan masih kurang memahami dan memperhatikan siapa pelanggan yang berpotensi menjadi pelanggan tetap dan juga perusahaan kurang memiliki fasilitas tambahan yang berfungsi melakukan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran dan kritik dan juga perusahaan belum ada sumberdaya untuk menganalisis kinerja perusahaan. Dari masalah ini pelanggan kurang mengetahui informasi mengenai Dimensi. Masalah masalah tersebut yang akan penulis kembangkan kedalam sebuah sistem yang mengintegrasikan antara pemasaran,pemesanan dan pelayanan konsumen menjadi suatu aplikasi berbasis online, Sehingga hubungan antara perusahaan dengan pelanggan akan terjalin dengan baik dan proses pelayanan pun akan lebih cepat dan akurat. Penerapan CRM Oprasional ini diperlukan untuk melakukan pemesanan produk,pemasaran produk dan pelayanan pelanggan serta perusahaan dapat menganalisis kinerja perusahaan.yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan sehingga akan terjadinya suatu transaksi berkelanjutan dan munculnya kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji permasalahan tersebut dengan mengambil penelitian dengan judul:”
IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
PADA PENJUALAN TOKO BERKAH PANGAN BERBASIS WEB
MOBILE”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada yaitu:

1. Kurangnya informasi yang diberikan kepada pelanggan mengenai informasi produk yang tersedia, diskon dan promo produk yang di jual di Toko Berkah pangan.
2. Pengelolaan data masih dicatat di buku sehingga pengelolaan data tidak aman dan rentan hilang serta perusahaan belum memiliki sistem yang dapat membuat laporan penjualan yang cepat serta perusahaan membutuhkan sistem yang dapat meningkatkan penjualan.
3. Perusahaan masih kurang bisa memahami dan memperhatikan siapa pelanggan yang berpotensi menjadi pelanggan tetap (pelanggan setia) dan akan melakukan pemesanan ulang (repeat order).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan dilatar belakang diatas, maka didapat sebuah rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang dan membangun sebuah sistem aplikasi transaksi pembelian menggunakan CRM operasional yang berbasis web mobile, serta mempermudah pelanggan untuk mencari produk dan promo serta pengelolaan toko ?.
2. Bagaimana mengimplementasikan metode Customer Relationship Management (CRM) Operasional pada sistem aplikasi pelayanan dan penjualan pada toko Berkah Pangan dalam meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan terarah maka diperlukan batasan mengenai permasalahan yang akan diatasi. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan menggunakan Customer Relationship Management Operasional.
2. Sistem yang dibuat ini akan menghasilkan proses penjualan, promosi dari produk yang di jual dan data penjualan pelanggan di toko berkah pangan.
3. Pelanggan yang pertama kali mendaftar dapat voucher potongan diskon.
4. Proses pembayaran dilakukan dengan upload bukti pembayaran pada system.

5. proses pengiriman luar daerah menggunakan ekspedisi khusus.(jne,pos indonesi,tiki)
6. Bahasa pemrograman yang digunakan PHP, Basis Data yang digunakan yaitu MySQL.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini didapat tujuan sebagai berikut :

1. Merancang dan membangun sistem aplikasi yang memudahkan pelayanan pada toko Berkah Pangan dengan menerapkan Customer Relationship Management berbasis webmobile.
2. Untuk mempercepat proses pelayanan tanpa harus datang ke toko.
3. Untuk membantu toko Berkah pangan dalam meningkatkan penjualan yang lebih baik kepada pelanggan.
4. Mempermudah pelanggan untuk menentukan produk yang diinginkan dan produk apa saja yang tersedia sebelum datang ke toko atau pun dapat memesan produk nya terlebih dahulu melalui sistem yang di buatserta dapat memesan secara online.
5. Mempermudah perusahaan untuk menganalisis hasil penjualan dimana perusahaan akan mendapatkan laporan hasil penjualan secara cepat dan akurat sehingga perusahaan dapat mengevaluasi hasil pekerjaanya.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dan di ambil dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

- a. Dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Kuningan dengan membuat penelitian secara ilmiah.
- b. Dapat memahami masalah-masalah yang ada dalam perusahaan, terutama bagian pelayanan dan pemesanan penjualan bahan makanan pokok.
- c. Memahami lebih dalam mengenai metode Customer Relationship Management (CRM) dan cara penerapannya.

2. Bagi Berkah Pangan

- a. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
- b. Mempercepat pendataan pelanggan dan pembuatan laporan.
- c. Mempermudah pelanggan untuk menentukan pesanan.
- d. Mengelola bisnis online dengan satu inventaris dan system.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat pertanyaan penelitian yang terkait dengan pelaksanaan penelitian. Adapun pertanyaan penelitian yang pada penelitian ini adalah :

1. Apakah sistem pelayanan penjualan berbasis webmobile yang dibuat dapat memudahkan Toko Berkah Pangan pengelolaan pelayanan pelanggan ?
2. Apakah Customer Relationship Management (CRM) operasional dapat diimplementasikan pada sistem yang dibuat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan?

1.8 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan sebuah cara untuk mengetahui hasil dari sebuah permasalahan yang spesifik, dimana permasalahan tersebut disebut juga dengan permasalahan penelitian.

1.8.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode pengumpulan data :

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan penelitian dan peninjauan langsung terhadap permasalahan yang diambil di

Toko Berkah Pangan dengan alamat Desa Karoya ,Ciawi, Kabupaten Kuningan.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung ke pada pihak Toko Berkah Pangan yaitu dengan pemilik dan karyawan yang ada kaitannya dengan topik yang diambil.

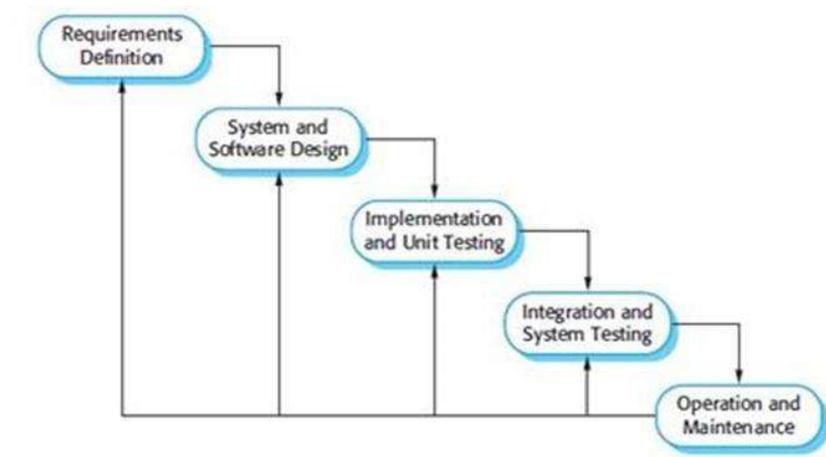
3. Studi Kepustakaan

Metode ini merupakan metode pustaka dengan mencari informasi yang berhubungan dengan penelitian, dapat diperoleh melalui sumber buku-buku, artikel, dan jurnal.

1.8.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam pengembangan sistem ini menggunakan metode Waterfall. Menurut Pressman (2015), model Waterfall adalah model klasik yang bersifat sistematis, berurutan dalam membangun software.

Sommerville (2011) mengatakan bahwa tahapan utama dari model Waterfall langsung mencerminkan aktivitas pengembangan dasar. Terdapat 5 tahapan dalam model Waterfall yaitu, requirement definition, system and software design, implementation and unit testing, integration and system testing, dan operation and maintenance.



Gambar 1 Model Waterfall (Sommerville, 2011)

1. Requirement Definition

Pada tahap ini dilakukan proses pengumpulan informasi dari pelanggan atau pengguna dan pihak Toko Berkah Pangan. Hal ini bertujuan untuk memahami perangkat lunak yang diharapkan oleh pengguna dan batasan perangkat lunak tersebut. Data-data tersebut diperoleh melalui wawancara, diskusi atau survei langsung. Sehingga menghasilkan spesifikasi kebutuhan.

2. System and Software Design

Spesifikasi kebutuhan dari tahap sebelumnya akan dirubah menjadi desain dari sistem yang akan dibuat. Proses desain yang akan dibuat meliputi pemodelan sistem yang

diusulkan menggunakan flowchart, pembuatan diagram konteks, DFD, desain database dan rancangan interface. Tool yang dipergunakan dalam proses desain yaitu Ms. Visio.

3. Implementaion and Unit Testing

Pada tahapan ini dilakukan proses transformasi dari desain yang telah dibuat pada tahapan sebelumnya menjadi sebuah sistem. Proses perubahan desain menjadi sistem menggunakan pemrograman PHP yang dibangun untuk membuat aplikasi berbasis WebMobile dan MySQL sebagai databasenya. Dalam penerapannya ini akan di uji secara satu persatu dan setiap unit dikembangkan dan diuji untuk fungsionalitas yang disebut sebagai unit testing dengan menggunakan white box testing.

4. Integration and System Testing

Seluruh unit yang dikembangkan dalam tahap implementasi diintegrasikan ke dalam sistem setelah pengujian yang dilakukan masing-masing unit. Setelah integrasi seluruh sistem diuji untuk mengecek setiap kegagalan maupun kesalahan. Hal ini akan menggunakan

black box testing.

5. Operation and Maintenance

Tahap akhir dalam model Waterfall. Perangkat lunak yang telah dibuat akan didistribusikan kepada pelanggan. Selanjutnya proses Maintenance dilakukan secara berkala untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang terjadi selama pengoperasian perangkat lunak.

1.8.3 Metode Penyelesaian Masalah

Dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis menggunakan metode penyelesaian masalah untuk menyelesaikan masalah yang ada. Metode penyelesaian masalah yang digunakan adalah CRM Operasional.

CRM merupakan strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan. Dengan demikian melalui CRM perusahaan dapat melakukan pendekatan sehingga dapat menarik sejumlah informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan. (Yahya, 2008).

CRM Operasional dikenal sebagai “front office” perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. CRM

Operasional mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk dalam kategori operasional CRM adalah dalam bentuk aplikasi web ataupun mobile. Melalui web atau mobile, suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan. (Kanaidi & Kurniawan, 2009).

Ada tiga tahapan CRM menurut (Kalakota dan Robinson, 2001), yaitu:

1. Mendapatkan pelanggan baru (Acquire), pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru, dan pelayanan yang terbaik.
2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (Enhance), Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya (Customer Service).
3. Mempertahankan pelanggan (Retain), merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan.

Jadwal pelaksanaan penelitian dibuat dengan tahapan yang jelas dalam bentuk bar chart

1.9 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

BAB II : LANDASAN TEORITIS

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN