

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan usaha yang ketat saat ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan semakin didorong untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap *survive* dan memenangkan persaingan yang kian hari terasa ketat dan keras. Mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

PT. BANGUN PRATAMA BUANA adalah sebuah perusahaan yang menjual kereta sorong atau bisa disebut artco. Artco adalah sebuah kendaraan ringan atau alat bantu untuk membawa muatan beban kecil dari satu tempat ke tempat lain. Artco ini memiliki kapasitas beban, dua pegangan, satu roda, dan dapat di dorong oleh satu orang. PT. BANGUN PRATAMA BUANA melakukan pemasaran arco dengan cara menawarkan langsung ke beberapa toko bangunan, para pemborong di bidang kontraktor bangunan, atau customer lain yang membutuhkan alat bantu artco untuk kepentingan pribadi. Sedangkan penjualan artco bisa dilakukan secara eceran atau partai. Kendala yang dialami PT. Bangun Pratama Buana saat ini adalah jangkauan penjualan dan pemasaran masih terbatas dan belum bisa meluas ke beberapa daerah. Kendala lain yang di alami oleh PT. Bangun Pratama Buana yaitu persaingan yang ketat, hal itu membuat penjualan artco harus mempunyai strategi pemasaran dan penjualan yang berbeda dari

pesaingnya. Untuk itu di butuhkan sebuah aplikasi berbasis web berupa website sistem informasi penjualan yang mampu memberikan informasi mengenai produk kepada pelanggan dengan cepat melalui internet.

Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung kegiatan strategi dari suatu target organisasi untuk dapat menyediakan hasil transaksi kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. Seiring dengan berkembangnya sistem informasi saat ini, banyak sistem informasi pada organisasi yang ingin mencapai tujuan secara cepat, relevan, dan akurat. Pesatnya pertumbuhan ilmu pengetahuan teknologi khususnya di bidang komputer disetiap aspek kehidupan. Penggunaan teknologi komputer dan teknologi komunikasi menghasilkan sebuah penggabungan sistem informasi yang saat ini mudah untuk di akses tanpa adanya batasan waktu dan jarak dengan menggunakan jaringan internet. Model penjualan atau bisnis ikut terpengaruh dari perkembangan ilmu pengetahuan teknologi tersebut, terlebihnya dengan pesatnya pertumbuhan pengguna internet di berbagai belahan dunia khususnya negara berkembang. Salah satu bisnis yang menjadi trend terbaru di masyarakat ini adalah dalam bidang belanja online.(Arbie, 2010)

Sudah banyak tempat perbelanjaan online yang ada di internet saat ini. Salah satu contohnya yaitu sistem informasi penjualan artco berbasis web. Sistem Informasi penjualan artco berbasis web adalah suatu media website untuk melakukan penjualan artco melalui dunia internet. Ada beberapa tipe artco yang dapat dibeli oleh para pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masing-masing. Di website penjualan artco ini pelanggan tidak hanya bisa melakukan

pemesanan artco, namun diwebsite ini juga menyediakan fitur komentar dan kritik saran sehingga pelanggan dapat berkomentar mengenai spesifikasi artco dan menilai bagaimana pelayanan yang diterapkan pada PT. Bangun Pratama Buana. Maka dari website penjualan artco itu PT. Bangun Pratama Buana dapat melihat kebutuhan yang diinginkan oleh para pelanggan.

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan tersebut, perusahaan dapat menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) Operasional dan Analitik. Menurut Yahya W,2011 proses CRM operasional mencakup otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, penjualan dan pelayanan. Ada beberapa penerapan CRM operasional yang dapat diterapkan pada sistem informasi penjualan artco yaitu menyediakan fitur komentar yang langsung dibalas oleh admin, untuk mewujudkan kepuasan pelanggan sistem informasi penjualan artco ini juga bisa melakukan promosi melalui email dan sms gateway, memberi fasilitas pengiriman gratis sesuai dengan pelanggan terloyal. Sedangkan CRM analitik berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan atau berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan dan trend pasar, ada beberapa contoh CRM analitik yang akan diterapkan yaitu memilih pelanggan terloyal, mengetahui perilaku pelanggan, dan mengetahui analisa produk yang terjual dari grafik penjualan produk. Disebut pelanggan terloyal dalam arti pelanggan yang sering membeli dalam jumlah yang banyak. Oleh karena itu dengan adanya sistem informasi penjualan artco berbasis web ini diharapkan PT. Bangun Pratama Buana dapat memperoleh kesetiaan pelanggan dan membantu mengundang lebih banyak pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan

strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggan. Perusahaan dapat memanjakan pelanggan dan mengikatnya dalam sebuah persahabatan jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut. Strategi ini menganjurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi, agar pelanggan merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Komunikasi yang tidak lancar, dapat menumbuhkan keraguan pelanggan. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang terjalin sangat erat akan membuat pelanggan merasa ikut memiliki perusahaan. Karena itu, loyalitasnya terhadap perusahaan sedikit demi sedikit akan semakin tumbuh dan berkembang. Dengan demikian, perusahaan akan memperoleh manfaat dari penerapan CRM ini, yakni memiliki pelanggan yang loyal dan mengetahui kebutuhan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat permasalahan yang akan diangkat dalam skripsi ini, yaitu “Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi penjualan artco berbasis web dengan menerapkan CRM pada PT. Bangun Pratama Buana”.

1.3. Batasan masalah

Agar pembahasan skripsi ini tidak mengalami perluasan kajian, maka penulisan laporan ini terdapat beberapa batasan masalah yaitu :

1. Website ini hanya membahas sistem informasi penjualan artco.
2. Website penjualan artco ini tidak terintegrasi dengan sistem jasa pengiriman.
3. Menggunakan bahasa pemrograman PHP.

4. Menggunakan database MySQL.

1.4. TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan Perancangan CRM Pada Sistem Informasi Penjualan Artco Berbasis WEB adalah merancang dan membangun Sistem Informasi Penjualan Artco Berbasis WEB dengan Penerapan CRM pada PT. Bangun Pratama Buana.

1.5. MANFAAT

1. Bagi Admin
 - a. Dapat mengolah informasi ketersediaan artco.
 - b. Dapat mengolah data transaksi penjualan.
 - c. Dapat mengedit data promosi dengan cara terkomputerisasi.
2. Bagi Pelanggan
 - a. Membantu dalam transaksi pemesanan artco.
 - b. Mengetahui informasi artco yang akan dibeli.
 - c. Memberikan komentar atau saran atas artco yang telah dibeli.
3. Bagi Perusahaan
 - a. Diharapkan dengan adanya aplikasi penjualan artco berbasis web di PT. BANGUN PRATAMA BUANA maka promosi dan transaksi pembelian artco dapat dilakukan secara terkomputerisasi sehingga perusahaan tidak perlu lagi mencatat laporan penjualan secara konvensional.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini akan membantu mengarahkan penulisan laporan agar tidak menyimpang dari batasan masalah yang dijadikan sebagai acuan atau kerangka penulisan dalam mencapai tujuan penulisan laporan penelitian sesuai dengan apa yang diharapkan. Laporan skripsi ini terbagi dalam 5 bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang gambaran umum tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan Teori berisi tentang gambaran umum objek pekerjaan, pengertian dasar dan teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, seperti Pengertian Sistem Informasi, CRM, *XAMPP*, *Perl Hypertext Preprocessor (PHP)*, *MySQL*, *Data Flow Diagram (DFD)*, *flowchat*.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini dijelaskan tentang tahapan pengerjaan sesuai dengan metode yang digunakan. Tahapan dalam penyusunan bab III skripsi yaitu *System Flow*, *Data Flow Diagram (DFD)*, Perancangan Database, *Conceptual Data Model (CDM)*, *Physical Data Model (PDM)*, Tabel dan Perancangan GUI (*Graphical User Interface*).

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat penjelasan pembuatan sebuah program aplikasi penerapan CRM pada sistem informasi penjualan artco berbasis web pada PT.Bangun Pratama Buana dengan menggunakan PHP, MYSQL dan hasil dari sistem yang dibuat.

BAB V : PENUTUP

Berisi Kesimpulan dan Saran untuk penerapan CRM pada sistem informasi penjualan artco berbasis web pada PT.Bangun Pratama Buana yang telah dibangun menggunakan PHP, MYSQL.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini akan dipaparkan tentang sumber-sumber literatur yang digunakan dalam pembuatan laporan ini.