

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di bidang teknologi sekarang ini khususnya teknologi informasi yang semakin cepat berkembang di berbagai bidang. Salah satunya adalah teknologi internet yang merupakan perkembangan teknologi terkini dari teknologi informasi dan semakin banyak berkembang ke arah *user friendly*, sehingga mempermudah penggunaan dan dapat dengan mudah memahami dan menjalankan fungsi internet yang merupakan bagian dari teknologi informasi tersebut.

Semakin banyaknya pengguna internet saat ini serta menjamurnya toko yang menjual aksesoris *handphone* pada saat ini mengakibatkan persaingan usaha yang serupa menjadi semakin ketat terutama bila bersaing dengan toko yang lebih besar sehingga diharuskan untuk membuat strategi pemasaran yang inovatif agar tidak kalah bersaing dengan toko aksesoris *handphone* lainnya.

Toko aksesoris *handphone* RC ACC adalah salah satu toko grosir yang menjual aksesoris *handphone* dan berdiri pada tahun 2010. Toko tersebut menjual berbagai macam aksesoris seperti : *Casing, Headset, Power Bank*, dan kabel data. Melayani pembelian secara grosir di Indonesia, khususnya di Surabaya. Sistem pemasaran toko RC ACC saat ini masih bersifat *offline* dimana pembeli yang ingin membeli maupun hanya melihat barang masih harus datang ke toko sehingga pelanggan membutuhkan biaya yang lebih besar dan waktu yang cukup lama terutama bagi pelanggan yang berjarak lebih jauh dari lokasi toko.

Pemanfaatan teknologi berupa *internet* dan aplikasi *website* toko aksesoris *handphone* sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi secara *online* dengan pelanggan mengenai produk yang dijual, CRM (*Customer Relationship Management*) sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing akan diimplementasikan ke dalam sistem aplikasi *website* toko RC ACC sehingga pelanggan tidak hanya dapat membaca, melihat produk-produk, dan memesan barang yang diinginkan dimana saja dan kapan saja, tetapi juga dapat berkomunikasi dengan pihak toko berupa komentar produk dan chat dengan pihak toko.

Berdasarkan dengan permasalahan tersebut, maka judul skripsi yang diambil adalah “PENERAPAN CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*) PADA TOKO AKSESORIS *HANDPHONE* BERBASIS WEB (STUDI KASUS: TOKO RC ACC)”.

1.2 Batasan Masalah

Agar pembahasan skripsi ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, maka penulisan laporan ini dibatasi permasalahannya sebagai berikut :

- 1) Sistem menangani penjualan *casing*, *headset*, *power bank*, kabel data.
- 2) Sistem hanya membahas hingga konfirmasi pembayaran.
- 3) Sistem hanya melakukan penjualan di kota Surabaya.
- 4) Biaya ongkos kirim sama rata.
- 5) Transaksi penjualan dilakukan dengan menunjukkan bukti transfer rekening.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, permasalahan yang menjadi dasar pembuatan tugas akhir ini adalah : Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi CRM pada toko aksesoris *handphone* berbasis *web*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang menjadi latar belakang penelitian maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk membantu dalam pemasaran produk aksesoris *handphone* pada toko aksesoris *handphone* RC ACC sehingga penjualan dapat dilakukan dengan mudah dimana saja dan kapan saja oleh semua kalangan masyarakat.
- 2) Untuk menghasilkan suatu aplikasi yang memberikan informasi tentang produk yang dipasarkan kepada pelanggan sehingga mempermudah pelanggan untuk melihat dan membeli barang yang dibutuhkan.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian skripsi ini diantaranya :

- 1) Membantu penjual untuk mempromosikan dan memasarkan produknya dengan pasar yang lebih luas.

- 2) Membantu pelanggan dalam memilih dan membeli produk sesuai keinginannya.
- 3) Membantu pelanggan berkomunikasi mengenai produk yang spesifik tanpa harus datang langsung ke toko fisik.
- 4) Membantu dalam berkomunikasi antara pelanggan dan penjual dengan adanya fitur chat.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistem yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Yang berisi latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, serta metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang landasan-landasan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas yaitu tentang profil tempat yang digunakan untuk penelitian dan teori tentang Sistem Informasi, pengertian tentang data, definisi CRM, pengertian *E-Commerce*, DFD, CDM, PDM, ERD yang merupakan bagian dari perancangan aplikasi web ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini yang berisikan tentang proses penjualan yang sesuai pada Toko RC ACC, uraian tugas masing-masing bagian, analisa sistem yang sedang berjalan dengan menggunakan *Document Flow*, *System Flow*, DFD, CDM, dan PDM.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN HASIL

Pada Bab IV ini berisi tentang implementasi dan pengujian pada sistem Penerapan CRM Pada Toko Aksesoris *Handphone* Berbasis Web.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran program yang telah dibuat.