

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komputer merupakan suatu alat yang dapat melakukan pengolahan data secara cepat, akurat dan efisien. Sehingga di zaman sekarang komputer merupakan alat yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Banyak lembaga atau instansi menggunakan sistem terkomputerisasi dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi [1].

Hal yang paling menonjol dari perkembangan komputer adalah hadirnya jaringan komputer yang terhubung ke seluruh dunia, yaitu internet. Internet juga suatu cara baru yang lebih menyenangkan untuk menggunakan Web sebagai basis untuk aplikasi bisnis yang lebih luas, yang memperluas cara perusahaan untuk berkomunikasi dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk saling berbagi informasi [2].

Salah satu pemanfaatan internet dalam bidang perdagangan adalah *E-Commerce*. Perdagangan dengan teknologi internet atau *E-Commerce (Electronic Commerce)* merupakan suatu proses bisnis yang menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam bentuk transaksi elektronik. *E-Commerce (Electronic Commerce)* memberikan peluang pasar yang sangat besar, terutama bagi perusahaan atau badan usaha yang memiliki keinginan untuk dapat melakukan penjualan produknya secara global. Salah satu implementasi *e-commerce* dalam dunia bisnis adalah dengan adanya situs-situs penjualan secara online atau berbasis web, hal ini dapat berpengaruh dalam budaya baru untuk melakukan transaksi yang tidak lagi konvensional melainkan transaksi dalam bentuk digital.

Mysorella yang merupakan sebuah badan usaha yang bergerak dibidang penjualan pakaian. Mysorella memiliki outlet di jalan Supriyadi, produk yang disediakan Mysorella seperti kemeja, dress, celana, topi dan berbagai macam aksesoris. Mysorella menyediakan produk- produk yang bermutu dan kualitas yang terjamin.

Mysorella memiliki daya tarik sendiri yaitu secara berkala membuat produk sendiri sesuai trend mode yang sedang berkembang saat ini (*uptodate*).

Dalam melakukan proses bisnisnya Mysorella masih menggunakan mekanisme yang konvensional, yaitu pelanggan harus datang langsung ke outlet untuk melihat dan mencari informasi produk – produk yang dijual oleh Mysorella atau melakukan komunikasi via telepon untuk memperoleh informasi produk secara mendetail. Ketika pelanggan harus datang langsung ke toko tentunya hal ini kurang efektif bagi pelanggan, karena pelanggan harus menyediakan waktu khusus untuk dapat melakukan transaksi pembelian di Mysorella. Kendala seperti ini akan berdampak pada menurunnya minat pelanggan untuk melakukan transaksi pada Mysorella.

Kendala yang masih menjadi masalah Mysorella adalah melayani satu per satu pertanyaan pelanggan via telepon, seperti update harga, stok barang masih ada atau tidak. Tentunya kegiatan ini sangat tidak efektif dan efisien bagi Mysorella karena sangat menyita waktu dengan pertanyaan yang sama, dan berulang-ulang. Bahkan sering pertanyaan konsumen yang kadang luput atau lupa terbalas oleh Mysorella mengingat banyaknya pertanyaan yang masuk. Hal ini tentunya menyebabkan pelanggan kecewa, dan mengurungkan niat untuk melakukan transaksi pembelian, omzet penjualan Mysorella. Tentunya melakukan transaksi melalui internet lebih murah dan efisien jika dibandingkan dengan pelanggan yang harus pergi ke toko maupun mencari informasi via telepon.

Guna mendukung bisnis yang dijalankan Mysorella, keberadaan pelanggan bagi bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan, namun juga sebuah aset jangka panjang yang perlu dikelola dan juga dipelihara melalui Customer Relationship Management (CRM) yang bertujuan untuk mampu menyediakan data dan informasi kepada pelanggan. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan diterapkan pula Customer Relationship Management (CRM).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggannya. Perusahaan dapat memanjakan pelanggan dan mengikatnya dalam sebuah

persahabatan jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut [3].

Untuk mengatasi permasalahan dari pihak pelanggan dan Mysorella pada penelitian ini akan dilakukan pemecahan masalah dengan perancangan Sistem Informasi E-Commerce Guna Mendukung Bisnis Pada Mysorella. Dengan sistem ini Mysorella dapat melakukan transaksi penjual produk secara 24 jam non stop. Bagi pelanggan tidak perlu datang ke outlet Mysorella karena pelanggan dapat melihat produk-produk pada layar komputer, serta mengakses informasi serta memberikan masukan, harapan atau yang diperlukan pelanggan tanpa mengenal batasan ruang, dan waktu.

Pembangunan program akan menggunakan metode Web Engineering yaitu tahapan dalam pengembangan sistem yang dimulai dari melakukan komunikasi untuk mengidentifikasi kebutuhan, lalu planning menentukan kebutuhan apa saja yang akan ditetapkan, tahap selanjutnya yaitu modeling dimana dibuat desain dari desain sistem hingga desain tampilan program yang akan dibuat, tahapan selanjutnya yaitu construction yaitu setelah program selesai didesain dilakukan pembuatan program.

Dari uraian yang telah dijabarkan diatas, judul pada penelitian ini adalah **Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Pada E-Commerce Boutique Mysorella Semarang**, yang akan dibangun dengan berbasis web, menggunakan bahasa pemrograman PHP serta penyimpanan data pada MySQL.

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menerapkan CRM (Customer Relationship Management) Pada E-Commerce Boutique Mysorella Semarang agar pelanggan dapat melakukan transaksi tanpa perlu datang ke outlet, serta dapat memberikan fasilitas pelanggan untuk menjalin komunikasi baik dengan Boutique Mysorella.

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan terarah batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Pada penerapan CRM akan memberikan fasilitas reward atau point yang dapat ditukarkan dengan *gift* dari Boutique Mysorella.
2. Adanya FAQ sebagai informasi bagi pelanggan dalam melayani pertanyaan yang sering muncul.
3. Adanya inbox yang langsung ditujukan kepada Boutique Mysorella untuk menerima kritik, saran maupun masukan dari pelanggan, serta mengetahui keinginan, pertanyaan dan keluhan pelanggan dalam rangka menciptakan hubungan baik dengan para pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan CRM (Customer Relationship Management) Pada E-Commerce Boutique Mysorella Semarang agar pelanggan dapat melakukan transaksi tanpa perlu datang ke outlet, serta dapat memberikan fasilitas pelanggan untuk menjalin komunikasi baik dengan Boutique Mysorella.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pembaca

- a. Menambah wawasan ilmu pengetahuan terhadap penerapan teori dan Sistem Informasi dalam kehidupan sehari – hari.
- b. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi masukan untuk dapat meningkatkan layanan penjualan yang semakin maju, meningkatkan pendapatan penjualan, mempermudah dan mempercepat transaksi antara pihak Mysorella dengan pelanggan

3. Bagi Penulis

- a. Untuk mempraktekkan teori yang telah diperoleh pada bangku perkuliahan, dalam pemecahan masalah di kehidupan nyata.
- b. Mengasah ketrampilan, dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian.

4. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini berguna bagi mahasiswa yang masih dalam perkuliahan untuk dapat mengasah ketrampilan dengan lebih baik, terlebih dalam pemecahan masalah rancangan sistem informasi penjualan berbasis on-line.