

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kampung Gaya adalah distributor busana muslim terlengkap di Kabupaten Brebes yang menyediakan berbagai macam *brand* busana muslim ternama di Indonesia. Pada mulanya, toko ini didirikan oleh seorang ibu rumah tangga dengan 1 anak pada 16 Januari 2010. Kala itu, Kampung Gaya masih sebatas toko busana biasa dimana sebagian besar barang-barang yang tersedia berasal dari pusat grosir Tanah Abang. Namun, seiring berjalannya waktu, melihat potensi pasar yang besar di bidang busana muslim, maka kini Kampung Gaya berfokus pada area distributor *brand-brand* busana muslim ternama seperti Dhikr, Rahnem, Mutif, Keke, Ethica, dll.

Seiring berjalannya waktu, setelah 6 tahun lebih berkiprah di dunia bisnis busana muslim, Kampung Gaya telah memiliki kurang lebih 200 agen dan reseller busana muslim yang terdaftar sebagai member aktif Kampung Gaya. Baik agen maupun reseller yang membedakan keduanya ialah besaran diskon yang didapat sehingga agen/reseller dapat meningkatkan profit penjualan berdasarkan potongan harga. Sedangkan untuk harga barang terhadap konsumen telah ditentukan oleh *supplier* dan sudah tertera disetiap label barang. Selain itu, Kampung Gaya tidak hanya melayani grosir saja tetapi juga melayani penjualan *retail* yang ditujukan pada konsumen langsung dan barang-barangnya tersedia di galeri/outlet Kampung Gaya.

Agen maupun reseller Kampung Gaya tidak hanya mencakup area Kabupaten Brebes saja, melainkan hingga ke luar kota bahkan luar pulau seperti Cirebon, Tegal, Nusa Tenggara hingga Aceh dan kota-kota lainnya. Hal ini membuat Kampung Gaya menjadi satu-satunya distributor busana muslim terbesar di Kabupaten Brebes yang telah mencapai omzet milyaran rupiah setiap tahunnya.

Agen/reseler Kampung Gaya diwajibkan memiliki target penjualan setiap tahunnya. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan semangat terhadap agen/reseller sehingga memiliki daya juang dalam memasarkan barang. Karena, apabila agen tidak dapat mencapai target penjualan, maka diskon yang diberikan akan diturunkan. Diskon agen bermacam-macam mulai dari 20%, 25%, 30% dan tertinggi 35%. Sedangkan diskon reseller mulai 15% hingga 20%. Baik agen maupun reseller, diskon sewaktu-waktu dapat dinaikkan maupun diturunkan tergantung target penjualan yang telah dihasilkan. Selain itu, untuk menambah semangat agen/reseller itu pula, pihak Kampung Gaya menyediakan *reward* tahunan yang disediakan berdasarkan total pembelanjaan dilakukan selama setahun dimana setiap pembelanjaan mencapai Rp 500.000 maka akan mendapatkan 1 poin dan berlaku kelipatannya serta hanya berlaku untuk setiap produk pakaian baik dewasa maupun anak-anak (jilbab tidak termasuk).

Kampung Gaya tergolong kategori bisnis B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Consumer*) dimana penjualan dilakukan baik melalui agen/reseller serta pada konsumen secara langsung. Namun, agar target penjualan yang diberikan oleh supplier, sebagai distributor tentunya Kampung Gaya berfokus pada pelebaran sayap agen maupun reseller agar memenuhi target penjualan yang diberikan oleh supplier dengan cepat. Namun tidak memungkiri tetap menjual secara retail yang notabene keuntungan yang didapatkan lebih besar karena langsung pada konsumen.

Sebagai pelaku bisnis tentunya Kampung Gaya memiliki masalah bisnis dimana salah satunya ialah permasalahan terhadap sistem yang masih menggunakan perhitungan dengan Ms.Excel yang harus selalu diperbaharui saat agen melakukan transaksi. Sehingga harus mencari data nama agen/reseller satu persatu, menghapus dan mengubahnya kembali serta rawan dalam hal kelalaian. Padahal, data transaksi agen/reseller sangat penting karena terkait *poin reward* tahunan yang dihitung berdasarkan kuantitas penjualan barang. Agen/reseller pun tidak dapat mengetahui perolehan poinnya sehingga informasi penjualan mereka hanya berada ditangan admin. Belum lagi data member (agen/reseller) yang belum

tervalidasi baik member aktif maupun pasif sehingga memungkinkan terjadinya perubahan data pelanggan.

Saat ini, dunia telah memasuki era digital, dimana segala aspek kehidupan telah mengikuti *trend* digital tersebut, begitu pula dalam hal usaha atau bisnis. Para pengusaha mau tak mau harus memiliki pengetahuan mengenai konsep pemasaran digital yang disebut dengan bisnis *online*. Sebuah dunia bisnis *virtual* dengan internet sebagai media utama. Karena saat ini, melakukan pemasaran dengan cara tradisional saja tidak cukup, para pemasar atau pengusaha membutuhkan model “Pemasaran Modern” dengan digital sebagai solusinya. [1]

Seperti yang dinyatakan sebelumnya, bahwa kendala sistem pengelolaan pelanggan yang masih memerlukan banyak pengembangan dan perusahaan masih belum menentukan dan memiliki model yang tepat sebagai media yang dapat menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan yang akan digunakan dalam upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan disertai dengan kualitas pelayanan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru. Diharapkan dengan perusahaan memiliki media dalam pengelolaan hubungan pelanggan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dalam hal ini mempertahankan pelanggan juga mendapatkan pelanggan-pelanggan baru yang dapat menjadi mitra usaha dalam bisnis yang meliputi berbagai wilayah di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari masalah yang dipaparkan, maka rumusan pertanyaan yang mendasari penelitian ini adalah :

1. Belum adanya sistem yang mendukung dalam pengelolaan hubungan pelanggan sehingga membutuhkan analisa sistem pengelolaan hubungan pelanggan pada Kampung Gaya
2. Merancang sistem berbasis *website e-commerce* dengan menggunakan pendekatan e-CRM pada Kampung Gaya

### 1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya masalah, maka penulis perlu memberikan batasan masalah yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir ini, diantaranya :

1. Merancang sistem berbasis *website e-commerce* dengan pendekatan e-CRM pada Kampung Gaya.
2. Mengimplementasikan sistem berbasis *website e-commerce* untuk agen dan reseller Kampung Gaya.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Dapat menganalisis terhadap rancangan sistem dalam pengelolaan hubungan pelanggan pada toko Kampung Gaya
2. Menghasilkan rancangan *website e-commerce* berbasis eCRM pada toko Kampung Gaya sehingga dapat menyimpan histori data pembelian yang dilakukan oleh agen/reseller

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi toko Kampung Gaya Brebes
  - a. Diharapkan melalui *template* media *e-commerce* berbasis *eCRM* yang disediakan dapat menambah tingkat kepuasan pelanggan dalam hal ini agen/reseller Kampung Gaya yang dapat mengakses sistem setiap saat sehingga mampu memonitor pencapaian target penjualan yang ditetapkan.
  - b. Situs akan memudahkan untuk calon agen/reseller baru untuk melakukan registrasi sehingga perusahaan (Kampung Gaya) akan lebih mudah menyimpan data pelanggan dan dapat menentukan pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap produk yang dibeli.
  - c. Dengan adanya situs *e-commerce* ini akan memudahkan perusahaan dalam menjaring pelanggan-pelanggan baru yang berada di luar daerah karena situs yang bersifat *wide marketing* sehingga calon pelanggan yang berada

diluar daerah mampu mengetahui informasi perusahaan berdasarkan situs yang tersedia.

2. Bagi penulis
  - a. Dapat mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama berkuliah di Universitas Dian Nuswantoro Semarang
  - b. Mendapatkan pengetahuan baru mengenai dunia bisnis dalam hal ini bisnis yang bergerak di bidang busana muslim

