

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi internet dan kemudahan akses dari berbagai peralatan komunikasi, memberikan pengaruh terhadap gaya konsumen untuk berbelanja secara efektif dan efisien. Hal ini mendorong perusahaan untuk memanfaatkan teknologi dalam memelihara hubungan baik dengan pelanggan agar dapat terbentuk loyalitas terhadap konsumen. Persaingan bisnis saat ini menuntut lebih kreatif dan inovatif, persaingan bisnis yang dulunya berorientasi pada keuntungan saja kini semakin beralih ke arah faktor-faktor potensial seperti tingkat kepuasan konsumen. *E-commerce* merupakan suatu upaya untuk memberikan kemudahan bertransaksi secara online kapanpun dan dimanapun tanpa konsumen harus keluar rumah. Pendekatan dengan metode *Customer Relationship management (CRM)* merupakan salah satu cara untuk mendapatkan hubungan yang baik dengan konsumen.

New\_Mic Leather Bags adalah salah satu *Home Industri* yang memproduksi berbagai macam produk tas kulit. Salah satu bagian terpenting dari *Home Industri* ini adalah proses penjualan dan mempertahankan pelanggan. Proses penjualan yang ada di *Home Industri* ini adalah bekerjasama dengan seorang pemborong atau juragan tas dan menjual sendiri melalui media sosial. Selain itu juga belum adanya aplikasi yang terintegrasi menyebabkan proses bisnis menjadi agak lambat. Oleh karena itu dibutuhkan aplikasi yang dapat

mengatasi permasalahan tersebut yaitu aplikasi yang menerapkan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mempertahankan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis memutuskan untuk mengambil judul “ **PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* BERBASIS WEBSITE PADA *NEW\_MIC LEATHER BAGS*”.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

“ Bagaimana cara mempermudah transaksi penjualan dan mempertahankan loyalitas pelanggan pada *New\_Mic Leather Bags*. ?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak menyimpang dan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka perlu ditetapkan batasan masalah aplikasi ini, yaitu:

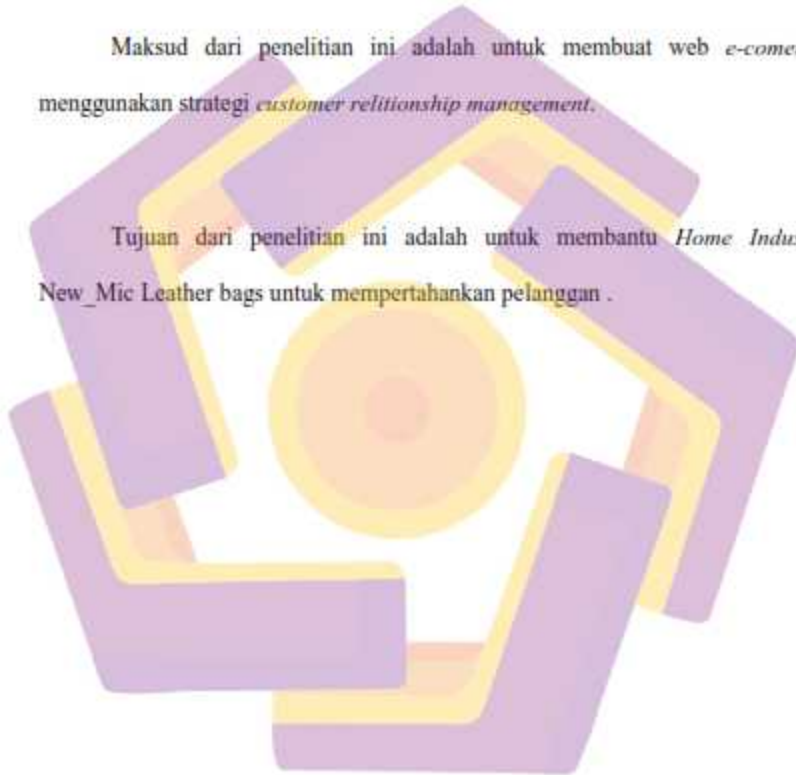
1. Sistem ini dapat digunakan oleh Admin, Pembeli, dan Member
2. Ketentuan bertransaksi ditentukan oleh home industri *new\_mic leather bags*
3. Pembeli yang mendapatkan layanan penukaran point hanya pembeli yang mendaftar menjadi member terlebih dahulu.

4. Sistem informasi penjualan ini dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan aplikasi apache sebagai server lokal host serta basis data MySQL.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk membuat web *e-commerce* menggunakan strategi *customer relationship management*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu *Home Industri New\_Mic Leather bags* untuk mempertahankan pelanggan .



## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

- a) Bagi Pengunjung , mempermudah untuk mendapatkan informasi dan transaksi pada New\_Mic Leather Bags
- b) Bagi Pelanggan , mendapatkan informasi dan penawaran spesial pada New\_Mic Leather Bags
- c) Bagi New\_Mic Leather Bags, Meningkatkan jumlah pembeli dan pelanggan
- d) Bagi Peneliti, dapat dijadikan referensi mengenai bagaimana menerapkan sistem untuk menjaga hubungan baik kepada pelanggan.
- e) Bagi Peneliti , dapat mengimplementasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah model *waterfall*. Model ini merupakan pendekatan pengembangan perangkat lunak yang sistematis, dengan beberapa tahapan, yaitu :

1. Analisis Kebutuhan Sistem
2. Perancangan Sistem
3. Penerapan
4. Percobaan
5. Pemeliharaan

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah :

#### 1. Metode Observasi

Mengamati dan mencatat secara sistematis mengenai gejala yang akan diteliti pada perusahaan New\_Mic Leather Bags, metode ini dilakukan secara cermat dan mendatangi langsung lokasi perusahaan New\_Mic Leather Bags untuk mengetahui kondisi yang terjadi.

#### 2. Metode Wawancara

Data diperoleh dengan wawancara terhadap pemilik dengan tujuan untuk mendapatkan informasi sebagai penunjang dalam melakukan Analisa untuk merancang sistem untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

#### 3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari berbagai sumber jurnal dan buku yang membahas tentang Customer Relationship Management dan website e-commerce.

## 1.7 Sistematika Penulisan

**BAB I PENDAHULUAN**, bab ini mencakup latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**, bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan dasar teori yang digunakan dalam pembuatan sistem ini.

**BAB III TINJAUAN UMUM**, bab ini menjelaskan tentang profile perusahaan dan kebutuhan sistem aplikasi yang akan dibuat.

**BAB IV PEMBAHASAN**, bab ini berisi pembahasan tentang perancangan sistem dan implementasinya.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**, bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan ini.



