

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia telah banyak mengalami kemajuan, didukung dengan teknologi komunikasi yang menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan merupakan alternatif yang tepat bagi suatu perusahaan untuk menunjang kinerja dari perusahaan tersebut agar dapat berjalan dan bekerja dengan baik. Pada umumnya masyarakat selalu menginginkan sesuatu yang berbeda, tidak terkecuali dengan cara berbelanja. Oleh karena itu dengan membuka usaha berbentuk konsep *ecommerce* diharapkan akan mampu menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi pada *website* PT Beesge Andalas Perkasa yang telah disediakan oleh penulis menggunakan metode *Customer Relation Management (CRM)*.

PT Beesge Andalas Perkasa merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang distributor produk ternama *energizer* yang beralamatkan pada Jalan Tembesu 5, No.5, Campang Raya, Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung, sebagai salah satu jenis usaha yang bergerak maju dan berkembang semakin dibutuhkannya juga suatu inovasi untuk menunjang proses bisnis usaha PT Beesge Andalas Perkasa dalam memudahkan proses transaksi pada konsumen sebagai salah satu faktor keunggulan kompetitif dari para pesaing. Proses pengolahan data terkait data penjualan dan ketersediaan barang yang berjalan saat ini masih menggunakan pencatatan

konvensional, yaitu belum adanya suatu sistem yang dapat mengolah data secara otomatis untuk mempercepat proses pengolahan data untuk menjadi informasi.

Customer Relation Management (CRM) adalah suatu metode yang digunakan untuk mempermudah proses komunikasi antara konsumen dan perusahaan untuk bertujuan menimbulkan rasa nyaman pada diri konsumen terhadap perusahaan, sasaran utama *CRM* adalah loyalitas dari para pelanggan (Strene, 2000). Salah satu bukti kebutuhan akan sistem yang diinginkan oleh pemilik PT Beesge Andalas Perkasa adalah ingin memiliki suatu sistem yang dapat membantu mempromosikan dan mengenalkan usaha miliknya dan juga meningkatkan penjualan tanpa meski harus membutuhkan biaya yang besar dalam melakukan proses periklanannya.

Kemudian sistem tersebut mampu memberikan keterangan terkait data ketersediaan barang yang ada pada PT Beesge Andalas Perkasa sebagai salah satu upaya pengendalian data barang dan memudahkan admin PT Beesge Andalas Perkasa dalam melakukan pembuatan laporan penjualan dan data ketersediaan barang yang ada..Berdasarkan latar belakang diatas makapenulis tertarik untuk mengangkat judul **“Penerapan Metode Customer Relationship Management Pada E-Commerce (Studi Kasus : PT BeesgeAndalas Perkasa)”**.

1.2. RumusanMasalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil sebuah rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimanakah memodelkan sistem penerapan metode *Customer Relationship Management* pada *E-Commerce* (Studi Kasus : PT BeesgeAndalas Perkasa)?
2. Bagaimana mengimplementasikan suatu sistem penerapan metode *Customer Relationship Management* pada *E-Commerce* (Studi Kasus : PT BeesgeAndalas Perkasa)?

1.3. BatasanMasalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas penulis membatasi masalah hany apada:

1. Membuat suatu permodelan aplikasi dan juga melakukan inovasi aplikasi berupa penerapan metode *Customer Relationship Management* pada *E-Commerce* (Studi Kasus :PT Beesge Andalas Perkasa).
2. Hanya membahas implemetasi sistem penerapan metode *Customer Relationship Management* pada *E-Commerce* (Studi Kasus : PT BeesgeAndalas Perkasa).
3. Penerapan sistem menggunakan bahasa pemrograman *Adobe Dreamweaver CS 6*.
4. Database yang digunakan *MySQL*.

1.4. Keaslian Penelitian

1. Penelitian ini memiliki object penelitian pada PT Beesge Andalas Perkasa.
2. Penelitian ini memiliki masalah yang diselesaikan dengan metode *Customer Relationship Management*.
3. Penelitian menekankan metode CRM (*Customer Relationship Management*) di *E-Commerce*.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk membantu meningkatkan strategi dan loyalitas dari para pelanggan dan meningkatkan daya penjualan yang dimiliki oleh PT Beesge Andalas Perkasa.
2. Untuk merancang suatu sistem yang dapat mengolah segala aktifitas yang berkaitan dengan memelihara komunikasi dan pelayanan yang memuaskan dari perusahaan kepada konsumendan mempermudah proses pembuatan laporan penjualan yang dibutuhkan, sekaligus memberikan saran inovasi menerapkan teknologi informasi pada PT Beesge Andalas Perkasa.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah, untuk membantu proses pemasaran dan penjualan dari PT Beesge Andalas Perkasa namun dengan meminimalisir biaya terhadap anggaran promosi.

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat untuk (IPTEK) ilmu pengetahuan teknologi

- a. Menambah Ilmu pengetahuan tentang CRM dan sistem kerja *E-Commerce* untuk menerapkan di dunia nyata
 - b. Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang pentingnya promosi menggunakan *E-Commerce* dan Metode CRM
2. Untuk Penjual *Online*
- a. Memberikan informasi bahwa situs jual beli *online* dapat meningkatkan kualitas dan layanan untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan menjadi situs yang dapat dipercaya oleh masyarakat.
 - b. Untuk membangun hubungan dengan konsumen. penjual toko *online* dapat berinteraksi dengan konsumen untuk mengetahui tentang kebutuhan dan keinginan konsumen yang lebih spesifik.
3. Untuk pelanggan konsumen
- a. Bagi para konsumen yang ingin melakukan pembelian secara *online* dapat mengetahui bagaimana kriteria situs jual beli *online* yang layak untuk dipercaya, sehingga konsumen merasa nyaman berbelanja melalui situs jual beli *online*.
 - b. Untuk mengetahui kualitas *website* dan menambah kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian.
4. Bagi Penulis
- a. Manfaat bagi penulis selain untuk syarat lulus sarjana yaitu menambah pengetahuan tentang pembuatan sistem toko *online* dengan php dan mysql.

- b. Penulis dapat mengetahui manfaat metode CRM dalam penerapannya di *E-Commerce*.