

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha yang ketat dewasa ini mengharuskan perusahaan kita berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi pada saat sekarang ini membuat perusahaan harus menyadari dengan cermat target pasar yang ditujunya dan tingkat kualitas produk atau jasanya. Selain itu, faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah tingkat *value* yang mampu diberikan kepada pelanggan dan cara memperlakukan pelanggan dari hari ke hari. Beberapa riset yang telah dilakukan, menunjukan bahwa dalam strategi bisnis mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan dari pada menarik pelanggan baru. Pengelolaan dan pengaturan dokumen keluhan pelanggan serta data pelanggan dapat dilakukan lebih efisien dengan sistem yang dibuat, sehingga dapat memberikan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan dan mencapai kepuasan pelanggan (Tukino, 2019). Selain itu salah satu bidang yang paling penting dalam sebuah industry atau perusahaan adalah pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu bagian pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan memperoleh laba (Anisyah, 2018).

Perkembangan usaha diindonesia sudah semakin berkembang terlebih jenis usaha toko komputer, banyak toko-toko di Bandar Lampung yang menjual dan memasarkan berbagai macam model perangkat keras seperti *Harddisk, Lcd, RAM (Random Access Memory), dll.* Sehingga perangkat keras ini menjadi kebutuhan yang sangat diperlukan oleh masyarakat bukan hanya sekedar perangkat keras saja tapi juga untuk perawatan pemakaian pada laptop.

Dengan alasan itu, sekarang ini semakin banyak masyarakat yang menjalani usaha perangkat keras salah satunya Toko Kedaton Komputer.

Saat ini Toko Kedaton Komputer tidak memiliki aktifitas atau strategi khusus yang menangani pemasaran, pemasaran produk dilakukan secara konvensional dengan cara pelanggan memberikan informasi melalui banner atau spanduk di jalan-jalan umum mengenai tempat, jenis barang dan produk agar terlihat oleh pelanggan. Dengan pemasaran semacam ini, menyebabkan peluang untuk mendapatkan calon pelanggan secara maksimal tidak terpenuhi dan hal ini sangat disayangkan. Penyebaran informasi yang kurang efektif membuat pelanggan tidak mengetahui informasi-informasi terbaru sehingga mempengaruhi pelanggan untuk beralih ke toko lain.

Sistem pemasaran yang telah dijelaskan sebelumnya menyebabkan pemilik usaha harus berlomba-lomba dengan para pesaingnya untuk mendapatkan pelanggan baru sebanyak-banyaknya dan mempertahankan pelanggan lama. Selain itu, semakin berkembangnya usaha Pakaian membuat tingkat persaingan menjadi lebih tinggi sehingga membuat para pemilik usaha harus mencari strategi bisnis yang tepat untuk menghadapi persaingan untuk mempertahankan pelanggannya dan meningkatkan penjualannya.

Aktifitas pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management (CRM)*. berdasarkan apa yang diketahui oleh pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan, dan media. *Customer Relationship Management* merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan pelayanan yang bernilai dan yang memuaskan mereka (Kotler dan Armstrong, 2016, p.16-23). Konsep *Customer Relationship Management (CRM)* sendiri dipahami sebagai sebuah pendekatan management berbasis konsumen dengan memanfaatkan system informasi sebagai penyedia informasi

untuk mendukung proses operasional (Mishra, 2015) Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* di harapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada usaha sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kepada hubungan mitra. Pemilik usaha menjadi lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpaling kepada pesaing.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis menganggap perlu adanya sistem yang mampu memberikan pelayanan informasi kepada konsumen. Maka dalam hal ini penulis mengusulkan penelitian untuk mengembangkan sebuah aplikasi *mobile* yang berjudul **“Aplikasi e-CRM Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Penjualan Berbasis Mobile (Studi Kasus : Kedaton Komputer)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah yang di angkat oleh penulis adalah:

1. Bagaimana membangun aplikasi e-CRM yang bisa meningkatkan pelayanan pada Kedaton Komputer?
2. Apakah sistem *electronic Customer Relationship Management (e-CRM)* berbasis *mobile* dapat melakukan pemesanan barang elektronik secara online?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas dan menyimpang, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Perancangan sistem *electronic Customer Relationship Management (e-CRM)* hanya melakukan pemesanan online dan pembayaran masih dilakukan dengan cara bertemu secara langsung pada Toko Kedaton Komputer.
2. Bahasa pemrograman yang digunakan Dart, dengan database *MongoDB*.
3. Framework yang digunakan adalah Flutter dan Express Js.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dibangun dengan Aplikasi *E-CRM* ini adalah:

1. Aplikasi E-CRM dapat dilakukan secara online.
2. Untuk meningkan pemasaran dan penjualan pada Kedaton Komputer.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dibangun pada peneliti sebagai berikut:

1. Meningkatkan proses pemasaran pada Toko Kedaton Komputer.
2. Memberikan kemudahan pelayanan informasi melalui sistem *e-CRM* Toko Kedaton Komputer.

