

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi saat ini semakin ketat, diikuti dengan pesatnya perkembangan teknologi, sistem informasi dan ilmu pengetahuan mengakibatkan para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kemampuan dan keunggulan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada. Mereka dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola perusahaannya agar dapat bertahan dalam dunia bisnis, serta dibutuhkan strategi khusus agar para pelanggan tidak beraib kepada pesaingnya (Carissa, et al., 2014). Kondisi persaingan bisnis yang terjadi pada saat sekarang ini membuat perusahaan harus menyadari dengan cermat target pasar yang ditujuinya 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, menunjukkan bahwa dalam strategi bisnis mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan daripada menarik pelanggan baru (Kurniawan, 2009).

Sekarang ini, perkembangan usaha di Indonesia sudah semakin berkembang terlebih pada jenis usaha kuliner. Seperti jenis usaha kuliner oleh-oleh yang menjadi ciri khas suatu daerah, sama seperti daerah lainnya Provinsi Lampung memiliki ciri khas makanan seperti keripik pisang, sambal lampung, kopi, lempok durian, dodol, kemplang dan lain-lain, sehingga makanan tersebut dijadikan oleh-oleh wajib saat orang berkunjung ke Lampung. Dengan alasan itu, sekarang ini makin banyak masyarakat yang menjalani usaha manisan dan oleh-oleh lampung salah satunya

Toko Keripik Lampung. Dengan demikian, perusahaan harus mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial seperti harus dapat memilih target pasar yang dituju dengan cermat dan meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Namun, saat ini Toko Keripik Lampung tidak memiliki aktifitas atau strategi khusus yang menangani pemasaran dan penjualan, pemasaran dan penjualan produk dilakukan secara konvensional dengan cara pelanggan memberikan informasi mengenai tempat, keistimewaan dan produk ke calon pelanggan lain. Dengan pemasaran dan penjualan semacam ini, menyebabkan peluang untuk mendapatkan calon pelanggan secara maksimal tidak terpenuhi dan hal ini sangat disayangkan mengingat produk manisan dan oleh-oleh Lampung sudah dikenal di berbagai daerah seperti Palembang, Jakarta dan Bandung.

Penyebaran informasi yang tidak 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 dengan pesaingnya untuk mendapatkan pelanggan baru sebanyak-banyaknya dan mempertahankan pelanggan lama dengan menjalin komunikasi yang baik dan berkesinambungan. Selain itu, semakin berkembangnya usaha manisan dan oleh-oleh lampung tentu saja membuat tingkat persaingannya menjadi lebih tinggi sehingga membuat pemilik usaha harus mencari strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis ini agar dapat mempertahankan pelanggannya dan meningkatkan penjualannya (Dyantina, et al., 2012).

Selama ini sistem penjualannya masih mengandalkan media interaksi dengan konsumen (pelanggan) secara langsung dan masih berpusat pada lokasi tertentu.

Hal ini tentunya menyulitkan pihak manajemen untuk memperluas pangsa pasar. Di sisi lain, jumlah pesaing yang semakin bertambah menyebabkan perusahaan semakin sulit menjaga performansi dan kinerja dengan tingkat profitabilitasnya. Konsumen seringkali sulit untuk mengakses berbagai informasi tentang produk, informasi harga terbaru, media promosi terbatas dan cenderung tidak fleksibel, hambatan personalisasi, dan biaya operasional yang semakin meningkat (Meyliana, 2010).

Mobilitas dan liberalisasi pasar yang terbatas membuat pihak manajemen harus melakukan inovasi perluasan pasar sasaran melalui pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web. Fokus pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web sebagai sarana untuk memperluas pangsa pasar dengan sasaran meraih keuntungan yang lebih kompetitif. Konsumen (pelanggan) dapat melakukan pemesanan dan pembelian dimana saja tanpa batasan tempat dan waktu, serta tanggap akan kekinian informasi yang dibutuhkan (Afsar, et al., 2013). Digitisasi penjualan melalui media situs web dikenal dengan istilah sistem informasi penjualan berbasis web. Selain mempermudah promosi juga memiliki peluang yang sangat signifikan dalam memperluas pangsa pasar (Bernadi, 2013). Dengan adanya hal-hal tersebut, maka diperlukan suatu solusi dengan memanfaatkan teknologi informasi, yaitu dengan membangun sistem informasi penjualan yang berbasis *website*. Dipilih menggunakan *website* karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja menggunakan internet. Dengan begitu, perusahaan dengan pelanggan dapat berinteraksi lebih mudah satu sama lain tanpa harus bertatap muka.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana membantu pihak Toko Keripik Lampung dalam menjual dan memasarkan produk.
2. Bagaimana membangun sistem informasi penjualan menggunakan metode *CRM* pada Toko Keripik Lampung.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis membuat batasan masalah yaitu:

1. Sistem informasi penjualan dapat diterapkan pada Toko Keripik Lampung.
2. Sistem informasi penjualan ini dapat dimanfaatkan oleh calon pelanggan seperti mengetahui informasi produk baru, memesan secara online, melakukan *checkout* produk.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Dapat membantu pihak Toko Keripik Lampung dalam melayani pelanggan dan memasarkan produk.
2. Dengan membangun sistem informasi penjualan pada Toko Keripik Lampung, maka dapat membantu pihak Toko Keripik Lampung dalam memasarkan dan menjual produk dari Toko Keripik Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1.5.1 Bagi FTIK Universitas Teknokrat Indonesia

1. Sebagai bahan informasi dan dapat digunakan sebagai referensi dalam memahami masalah yang sama.
2. Dapat dibaca sebagai pengetahuan tambahan bagi mahasiswa yang lain.

1.5.2 Bagi Toko Keripik Lampung

1. Dapat meningkatkan laba pada Toko Keripik Lampung
2. Mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis.
3. Mampu mengembangkan bisnis Toko Keripik Lampung.
4. Memberikan kemudahan kepada pihak Toko keripik lampung dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

1.5.3 Bagi penulis

Menambah wawasan bagaimana membangun sebuah sistem informasi penjualan.