

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini membawa pengaruh yang besar terhadap kinerja perusahaan di seluruh bidang bisnis baik dalam perusahaan dagang maupun jasa. Dalam mempertahankan daya saing yang ketat dengan kompetitor yang lebih maju, maka perusahaan harus terus mengembangkan teknologi untuk mendukung proses bisnis perusahaan. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam membuat perusahaan lebih maju adalah menjaga relasi dengan para pelanggan. Kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan merupakan hal yang mendukung suatu perusahaan agar dapat berkembang dengan baik. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan tersebut didukung oleh kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Dalam upaya pengelolaan hubungan yang baik dengan calon pelanggan maupun pelanggan, perusahaan menggunakan *Customer Relationship Management (CRM)*. *Customer Relationship Management (CRM)* adalah sistem yang membantu perusahaan memperoleh dan menyimpan data pelanggannya serta meakukan hubungan dua arah (Hidayat, 2014). CRM saat ini lebih menekankan pada perubahan kebijakan dan prosedur yang di desain untuk meningkatkan sales dan customer retention di berbagai lini perusahaan. CRM diimplementasikan dalam suatu perusahaan mempunyai tujuan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kinerja perusahaan, dengan mendapatkan loyalitas dari pelanggan yang terpenuhi kebutuhannya melalui perusahaan. Oleh karena itu, suatu

perusahaan harus bisa menemukan kebutuhan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk meningkatkan daya saing perusahaan tersebut.

Tanpa pelanggan, sebuah organisasi tidak akan bertahan. Oleh karena itu, strategi untuk mengembangkan bisnis dan melayani kebutuhan pelanggan sangatlah berharga harus menjadi katalisator program CRM di seluruh bidang. CRM juga dapat diaplikasikan dengan menggunakan sistem berbasis internet atau biasanya disebut dengan E-CRM.

E-CRM merupakan suatu usaha mengelola relasi antara perusahaan dengan pelanggan dalam rangka meningkatkan loyalitas produk-produk yang dijual oleh perusahaan dengan memanfaatkan teknologi dan internet (Hidayat, 2014). Dengan menerapkan E-CRM yang baik, perusahaan akan lebih mudah berinteraksi dengan calon pelanggan maupun pelanggan dan menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Pelanggan juga dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat dan mudah.

Toko Puspa merupakan sebuah toko yang menjual perlengkapan persembahyangan Umat Hindu. Proses transaksi penjualan pada toko Puspa saat ini masih menggunakan sistem manual dan belum menggunakan sistem yang terkomputerisasi. Pelanggan harus datang langsung ke toko Puspa untuk mendapatkan informasi produk yang dijual, melakukan proses pembelian dan pembayaran produk perlengkapan persembahyangan. Selain itu, kurangnya interaksi dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan menyebabkan pelanggan tidak mau berinteraksi atau berhubungan kembali dengan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem yang dapat memudahkan transaksi penjualan pada toko Puspa serta dapat memudahkan

interaksi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. *Website* penjualan yang menerapkan E-CRM merupakan solusi yang dapat digunakan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian serta dapat mempertahankan *loyalitas* pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan dan memudahkan interaksi antara pelanggan dan perusahaan dengan adanya fitur kuesioner dan fitur ulasan produk dari pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka pada penelitian ini penulis mengangkat penelitian yang berjudul **“Perancangan Sistem Informasi Penjualan Perlengkapan Persembahyangan Umat Hindu Menggunakan E-CRM Pada Toko Puspa”**. Dengan dibangunnya sebuah sistem berbasis *website* tersebut, akan mendukung CRM pada toko Puspa yang nantinya dapat meningkatkan pelayanan kepada para calon pelanggan maupun pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis mengambil suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara meningkatkan kepuasan pelanggan pada Toko Puspamenggunakan sistem penjualan berbasis *web*?
2. Bagaimana merancang *website* penjualan menggunakan E-CRM yang dapat memudahkan perusahaan dalam memberikan pelayanan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana cara meningkatkan kepuasan pelanggan pada Toko Puspamenggunakan sistem penjualan berbasis *web*.
2. Merancang *website* penjualan menggunakan E-CRM yang dapat memudahkan perusahaan dalam memberikan pelayanan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4 Batasan Penelitian

Sesuai dengan judul laporan proposal, penulis membatasi pembahasan laporan proposal ini agar tidak menyimpang dari objek pembahasan yang diinginkan sebagai berikut:

1. Pembahasan hanya pada informasi tentang hubungan antara perusahaan dengan pelanggan atau *customer*, mengetahui kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan dan perusahaan .
2. Sistem yang dibangun adalah sistem penjualan berbasis *website* dengan menerapkan E-CRM untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berbasis *web*.
3. Pembahasan transaksi tidak sampai ke laporan keuangan.
4. Penelitian ini dilakukan pada toko Puspa.

1.5 Manfaat atau Kontribusi Penelitian

Manfaat atau kontribusi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis dapat menerapkan ilmu dan keahlian yang di dapat dari hasil analisa pada perancangan sistem informasi penjualan menggunakan E-CRM yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi perusahaan membantu dalam melakukan pengelolaan dan penyimpanan data mengenai pelanggan, mempertahankan pelanggan dan

meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, dan membantu mendapatkan beberapa data dari pelanggan yang nantinya akan dianalisa guna memberikan penawaran yang terbaik bagi pelanggan.

3. Bagi pelanggan dapat mempermudah memberikan kritik atau saran, mendapatkan penawaran yang terbaik, dan berkomunikasi langsung dengan perusahaan.