

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Customer Relationship Management yang disingkat (CRM) Merupakan strategi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai kebutuhan dan sifat pelanggan dalam mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin pesat, perusahaan berlomba dalam menarik minat pelanggan dimana kualitas pelayanan menjadi nomor satu yang dianggap penting. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi dalam menjalankan proses bisnis yang mengoptimalkan pemasaran, penjualan, dan pelayanan. Customer Relationship Management (CRM), memungkinkan terciptanya kesetiaan pelanggan tidak hanya terhadap produknya tetapi setia kepada perusahaan.

Studi kasus ini dilaksanakan pada Kinanti Lurik, Kinanti Lurik merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan produk lurik yang terletak di daerah Bantul Yogyakarta. Kain lurik merupakan kain tenun yang memiliki motif garis-garis searah sesuai panjang kain. Kata lurik diambil dari bahasa jawa “lorek” yang berarti lajur atau garis dan dapat pula berarti corak. Saat ini Kinanti Lurik ingin melibatkan pelanggan secara aktif untuk berinteraksi secara langsung , interaksi yang dilakukan pelanggan seperti melakukan transaksi pembelian produk secara online.

Pasang surut pelanggan sering dialami Kinanti Lurik hal ini disebabkan karena banyaknya penjual lurik di Jogja yang semakin berkembang dan bersaing secara ketat. Pelanggan merupakan aset yang sangat berharga bagi Kinanti Lurik oleh karena itu perlu diterapkan konsep Customer Relationship Management (CRM) menggunakan website, fitur whatsapp, Short Message Service (SMS) Gateway, dan Email pada Kinanti Lurik agar dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada yaitu “Bagaimana menciptakan Layanan Customer Relationship Management pada Sistem Penjualan yang diimplementasikan pada Kinanti Lurik?”.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup permasalahan dalam penelitian yang akan dibuat sebagai berikut.

1. Dalam Penerapan Customer Relationship Management (CRM) ini meliputi informasi mengenai produk lurik, informasi pembayaran, informasi pengiriman, informasi mengenai diskon yang diadakan oleh Kinanti Lurik.
2. Pelanggan Kinanti Lurik dapat melakukan pendaftaran dan pembelian produk secara online.

3. Ongkos kirim pesanan ditentukan dengan menggunakan api key dari raja ongkir.
4. Pembayaran pesanan dapat dilakukan secara transfer melalui bank yang ditentukan, dan setelah melakukan pembayaran terdapat pemberitahuan pesanan masuk ke pihak kinanti lurik melalui email agar dapat segera memproses pesanan.
5. Pemberitahuan ke pelanggan dari pihak Kinanti Lurik dilakukan melalui Whatsapp, Short Message Service (SMS) Gateway, dan Email.
6. Dengan adanya Customer Relationship Management menggunakan Whatsapp, Short Message Service (SMS) Gateway, dan Email, customer akan mendapatkan informasi berupa:
 - Produk Lurik Terbaru akan di informasikan menggunakan Email yang dikirim ke pelanggan secara broadcast.
 - Informasi mengenai Pembayaran diinformasikan menggunakan Whatsapp secara manual yang di klik oleh bagian administrasi.
 - Informasi mengenai Pengiriman Produk diinformasikan menggunakan Whatsapp secara manual yang diklik oleh bagian adminstrasi.
 - Diskon/promo umum bagi pelanggan diinformasikan menggunakan Email secara broadcast.
 - Ucapan Ulang tahun dan Diskon kepada pelanggan yang sedang ulang tahun diinformasikan menggunakan Short Message Service (SMS) yang di kirimkan setiap awal bulan.

- Diskon bagi pelanggan setia diinformasikan menggunakan email yang diklik secara manual oleh bagian administrasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah menerapkan pelayanan dengan konsep Customer Relationship Management (CRM) pada Kinanti Lurik dan memanfaatkan whatsapp , Short Message Service (SMS) Gateway , dan email sebagai fitur untuk mengirimkan informasi kepada pelanggan mengenai produk terbaru, pembayaran, pengiriman, dan diskon sehingga meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Kinanti Lurik

Untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan layanan yang lebih baik dan mendapatkan pelanggan baru serta tetap menjaga kepuasan pelanggan lama.

2. Manfaat bagi Pelanggan

Mempermudah dalam proses pembelian produk dan memperoleh informasi mengenai produk terbaru , diskon, pembayaran, dan pengiriman.

1.6 Sistematika Penulisan

Naskah ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori dari berbagai pustaka yang berkaitan dengan CRM (Customer Relationship Management)

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan mengenai kebutuhan penelitian seperti data atau bahan, peralatan (software dan hardware) pengumpulan data, dan perancangan sistem yang meliputi Diagram alir data level 0 atau diagram konteks, diagram alir data level 1, rancangan tabel basis data, relasi antar tabel, dan rancangan input dan output.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang implementasi dan penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Penjualan studi

kasus Kinanti Lurik yang berada di bantul yogyakarta serta pembahasan mengenai sistem yang telah dibangun.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran untuk pengembangan penelitian.