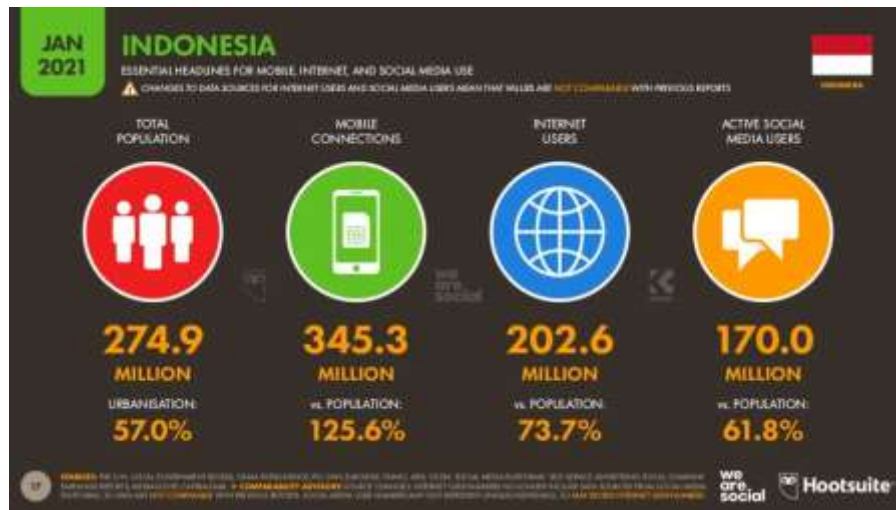


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam memasuki dunia globalisasi, manusia mengenal teknologi yang semakin maju untuk mempermudah melakukan berbagai kegiatan dalam kehidupan. Kemajuan di bidang transportasi, komunikasi, kesehatan, pendidikan, dan bidang lainnya merupakan contoh-contoh bahwa manusia semakin memerlukan teknologi dalam kehidupan ini. Saat ini dunia telah mengenal suatu teknologi yang disebut dengan internet. Dengan internet semua orang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang berada di berbagai belahan dunia. Melalui internet setiap orang dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. (Sri Wahyuningsih & Imam Bahron, 2017).



Sumber : wearesocial.com

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Internet

Berdasarkan hasil laporan terbaru Hootsuite dan We Are Social pengguna internet Indonesia mencapai 202,6 juta hingga Januari 2021. Menurut Hootsuite dan We Are Social, total penduduk RI menyentuh di angka 274,9 juta jiwa. Ketika ada 202,6 juta pengguna internet, itu artinya 73,7% warga Indonesia sudah tersentuh dengan berselancar di dunia maya. Dari banyaknya pengguna internet yang ada di Indonesia sehingga bisa meningkatkan penjualan dan memasarkan produk secara luas yang ada pada toko DECORPROPS_JKT

Keunggulan media internet yang dapat melakukan pelayanan, untuk dapat memudahkan pelanggan dan karyawan agar dapat mengakses dimanapun, serta melakukan transaksi pemesanan dan dapat langsung memilih barang yang diinginkan untuk pemesanannya (Pradita & Mubarak, 2021). Menurut Pranita “Penyebaran penggunaan internet secara luas, menjadikan internet banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, kapan saja dan dimana saja selama masih terhubung ke suatu jaringan internet. Kesempatan untuk mendapatkan konsumen baru melalui pemanfaatan internet akan sangat menjanjikan. Penggunaan teknologi dapat membantu dalam memberikan layanan yang baik bagi konsumen. (Fenando, 2020)

Toko DECORPROPS_JKT ini bergerak dalam bidang penjualan properti foto produk yang bertempat di Jl Alhidayah no.21A Jakarta timur. Barang yang di jual meliputi piring, sendok unik, sendok keramik dan lain-lain. Dalam kegiatan penjualan dan promosi yang dilakukan oleh toko DECORPROPS_JKT masih sangat terbatas dan merasa kesulitan dan membutuhkan waktu yang lama dalam mengelola data produk dan transaksi secara manual. Misalnya ada seorang konsumen yang ingin memesan / membeli barang properti foto produk, admin mencatat tanggal pemesanan, jenis barang

yang dipesan, jumlah uang muka yang diberikan, waktu barang dikirim dan menyimpan dokumen tersebut kedalam berkas. Dengan adanya sistem baru diharapkan dapat mempermudah admin dalam mengelola data barang, data penjualan, mempermudah penyebaran informasi yang lebih luas , mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi pembelian dan dapat memasarkan produk secara luas.

Analisis Sistem penjualan berjalan saat ini dirasa kurang efektif dan efisien karena masih menggunakan cara konvensional. Laporan penjualan yang belum terkomputerisasi, sehingga dapat memungkinkan terjadinya kesalahan dalam melakukan pencatatan, ataupun kehilangan dokumen ataupun berkas transaksi penting lainnya. CRM (Customer Relationship Management) merupakan salah satu strategi dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta memberikan nilai tambah untuk kemudahan. Penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) dapat diterapkan untuk memberikan peningkatan pelayanan bagi atau *member* agar selalu loyal. (Purwanto et al., 2018)

Menjalin komunikasi yang baik secara berkesinambungan merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh untuk mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang dapat membantu dalam hal peningkatan layanan terhadap pelanggan dan marketing. Strategi yang mengikuti perkembangan teknologi informasi akan menjadi lebih efektif untuk meningkatkan layanan terhadap pelanggan dan marketing serta dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam peningkatan

layanan adalah dengan penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customers Relationship Management (CRM)*.(Mashuda & Susanti, 2020)

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Prototype. Menurut (Pressman, 2012), dengan menggunakan prototype maka pengguna dapat dengan mudah mendapat gambaran dari sistem yang sebenarnya. Prototype bukanlah bentuk lengkap sistem, akan tetapi tidak akan jauh berbeda dengan sistem yang akan dibuat. Prototype mudah untuk dievaluasi ketika terdapat perbaikan pada sistem.(Fenando, 2020)

Oleh karena itu, dari penelitian tugas akhir ini ditujukan untuk membuat sebuah perancangan sistem informasi yang dapat membantu admin mempermudah dalam pencatatan data barang, data penjualan dan untuk meningkatkan layanan terhadap pelanggan dan marketing pada toko DECORPROPS_JKT. Diharapkan dengan adanya perancangan sistem informasi ini dapat menjawab masalah-masalah yang terjadi agar kegiatan toko decorpropr_jkt bisa tetap berjalan dan tidak terkendala oleh apapun.

1.2 Analisa Masalah dan Solusi

Berdasarkan gambaran dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penilitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana cara sistem memperluas dan meningkatkan penjualan?
2. Bagaimana konsep CRM (Customer Relationship Management) diterapkan dalam perancangan sistem informasi penjualan?
3. Bagaimana membuat metode prototype sistem informasi penjualan barang agar pengguna dapat dengan mudah mendapat gambaran dari sistem yang sebenarnya?

Solusi dalam penelitian ini sebagai berikut :

Membuat Perancangan Sistem informasi penjualan berbasis CRM dan metode Prototype.

1.3 Tujuan dan Manfaat Perangkat Lunak

A. Tujuan Perangkat Lunak

Tujuan umum dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk menghasilkan analisis dan perancangan sistem informasi penjualan online toko DECORPROPS_JKT dengan pendekatan Customer Relationship Management. Sedangkan tujuan khusus Tugas Akhir ini diharapkan :

1. Untuk dapat membantu dalam memasarkan produk secara luas dan meningkatkan penjualan pada toko decorprops_jkt
2. Analisa mengenai kebutuhan informasi dan kualitas pelayanan untuk pelanggan dan menggunakan metode CRM.
3. Untuk mengevaluasi dan feedback pada rancangan interaktif.

B. Manfaat Perangkat Lunak

a. Manfaat untuk penulis :

Sebagai salah satu syarat kelulusan Program Diploma Tiga (DIII) Program Studi Sistem Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika

b. Manfaat untuk objek penelitian :

1. Memberikan pelayanan kepada pelanggan serta meningkatkan konsep hubungan antar pelanggan dengan perusahaan.

2. Membangun sistem informasi penjualan yang dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan produk. Dan bermanfaat untuk memperoleh informasi sekaligus melakukan pembelian secara online.

c. Manfaat untuk pembaca :

sebagai referensi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai perancangan sistem informasi penjualan menggunakan konsep CRM dan model perancangan sistem menggunakan metode prototype. Selain itu, juga dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian.

1.4 Batasan Perangkat Lunak

Pada penulisan Tugas Akhir ini, penulis membatasi ruang lingkup hanya pada pembahasan untuk menganalisa sistem penjualan barang pada toko DECORPROPS_JKT. Dimulai dari proses penjualan barang, input data barang, proses transaksi, sampai dengan proses pembuatan laporan penjualan barang yang nantinya akan berguna bagi pihak pemilik toko itu sendiri. Penggunaan konsep CRM (*Customer Relationship Management*) untuk meningkatkan layanan serta untuk mempertahankan pelanggan dan model perancangan sistem menggunakan metode prototype.