

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Customer Relationship Management yang selanjutnya di singkat dengan (CRM) merupakan strategi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan dan sifat pelanggan dalam mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. CRM juga dapat diartikan sebagai fungsi terintegrasi dan strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan. Selain itu CRM juga berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang yaitu bidang pemasaran (*marketing*) dan pelayanan konsumen (*customers service*). penerapan CRM dapat di lakukan pada perusahaan layanan seperti pada Remboe Petshop menjual kebutuhan hewan peliharaan seperti makanan untuk kucing, anjing, hamster, kandang, aksesoris dan menawarkan jasa *grooming* dikhususkan untuk kucing seperti memandikan, menggunting kuku, merapikan bulu rambut dan membersihkan telinga

Seiring berkembangnya teknologi saat ini mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin pesat yang mengakibatkan suatu perusahaan berlomba-lomba untuk dapat menarik minat pelanggan dimana, kualitas pelayanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan pelayanan yang tinggi, pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan. Secara mendasar, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan pelayanan yang baik

dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda-beda. Jika diamati sesungguhnya inti persaingan saat sekarang ini lebih pada bagaimana perusahaan menyadari betul siapa target pasarnya.

Dengan adanya teknologi website yang canggih saat ini serta desktop sebagai penghubung dan mengimplementasikan CRM ini kedalam sebuah *website* pada Petshop dapat dibuat suatu terobosan baru untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. Berdasarkan perkembangan teknologi dan kebutuhan *customer* akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep CRM berbasis web.

Dari kondisi yang ada di Rembo Petshop ini, maka perlu dibuatnya suatu sistem yang dapat memberi informasi mengenai makanan , *grooming*, diskon dan promo kepada pelanggan melalui website dengan menggunakan fitur layanan *WhatsApp* untuk memberikan informasi tersebut secara personal kepada pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar Belakang di atas dapat di rumuskan permasalahan yang ada yaitu “bagaimana membuat suatu sistem berbasis *Web Framework* untuk penjualan makanan, aksesoris hewan dan membangun relasi antara *customer* dengan perusahaan yang di implementasikan pada Remboe Petshop.

1.3 Ruang Lingkup

Agar penulisan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi masalah pada pembuatan sistem, yang meliputi:

1. Pada sistem akan menggunakan fitur layanan *Web Framework*, yang bisa di akses menggunakan Browser apa saja(Chrome,Mozilla,opera)
2. Fiktur layanan yang disediakan ada beberapa Kategori seperti Cat Food, Dog Food, Grooming ,Aksesoris, (Admin dan Konsumen yang dapat mengakses)
3. Pengunjung Hanya dapat melihat informasi produk dan tidak dapat mengakses Layanan Kategori.
4. Transaksi pembayaran di dalam sistem.
5. Pada sistem akan menggunakan Fiktur Layanan *WhastApp* berupa pesan, panggilan suara untuk menginformasikan diskon/promo secara personal.
6. Sistem ini digunakan oleh 4 pengguna yaitu pengunjung, konsumen pemilik dan admin

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun relasi antara *customer* dengan perusahaan, yang berbasis *Web Framework* dengan fitur layanan *WhatsApp* pada Remboe Petshop.

1.5 Manfaat Penelitian

Bagi Perusahaan :

1. Menjadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanan yang di berikan kepada pelanggannya
2. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Bagi penulis :

1. Menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama masa kuliah.
2. Sebagai portofolio yang berguna untuk masa yang akan datang.
3. Untuk memenuhi syarat kelulusan Strata Satu (S1) program studi Sistem Informasi di STMIK AKAKOM.

Bagi STMIK :

1. Sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.
2. Sebagai bahan evaluasi bagi kampus dalam mengembangkan keilmuan,yang berkaitan dengan sistem *Customer Relationship Management*

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian 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 berisi tinjauan-tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang perbandingan penelitian skripsi yang dibuat dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang berasal dari sumber jurnal-jurnal yang telah dipublikasi. Selanjutnya, Dasar Teori, menjelaskan tentang uraian pengertian dasar atau konsep dari penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang perancangan dan pembuatan perangkat lunak Sistem *Customer Relationship Management* berbasis web. Perancangan sistem digunakan untuk meningkatkan pelayanan pada Remboe Petshop

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana membangun sistem yang telah dirancang dan menerapkan sistem yang telah dibuat dengan menampilkan *user interface* dan cara penggunaannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan pokok-pokok kesimpulan dari penelitian dan saran yang ingin disampaikan kepada pembaca untuk pengembangan penelitian berikut.