

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Toko Dinda Mulia adalah sebuah UMKM pada bidang fashion pakaian muslim wanita yang bergerak pada bidang penjualan secara online. Toko Dinda Mulia ini sudah berdiri sejak tahun 2020, awal toko dinda mulia ini hanya menjual barang berupa hijab saja. Lalu seiring perkembangan trend fashion akhirnya Toko Dinda Mulia fokus untuk menjual fashion pakaian muslim seperti dress, one set dan hijab. Adapun media online yang digunakan untuk menjual produk-produknya itu melalui instagram, toko dinda mulia mengembangkan iklan yang guna untuk menarik minat para pembeli seperti foto dan konten yang kreatif. Setelah calon pembeli mengklik iklan, mereka diarahkan ke sebuah landing page yang eksklusif dan informatif. Landing page ini dirancang dengan baik untuk memberikan panduan langkah demi langkah dalam proses pembelian. Akan tetapi Toko Dinda Mulia mengambil pendekatan yang lebih pribadi dengan cara mengarahkan calon pembeli ke WhatsApp dengan tujuan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif dan menarik, memungkinkan untuk pembeli bisa berdiskusi secara langsung tentang produk, pilihan ukuran dan perincian pembelian.

Toko Dinda Mulia merupakan salah satu toko di Kota Kudus yang bergerak di bidang fashion baju muslim. Pendataan pembelian dan penjualan barang pada Toko Dinda Mulia masih manual, dimana data dan pembelian barang masih dicatat secara manual didalam buku seperti nama customer ,nama barang, tanggal pengiriman, harga barang ,jumlah barang yang dipesan dan pembayaran. Untuk data penjualan barang pun, admin masih mencatat transaksi penjualan barang di dalam buku secara manual. Dalam pencatatan transaksi manual sering terjadi kehilangan data, kesulitan mengontrol stok barang, kesalahan pendataan, proses pencarian nama barang sehingga membutuhkan waktu karena harus membuka satu persatu arsip pencatatan pada buku manual tersebut sehingga kurang efektif. Adapun kendala lainnya yang dihadapi adalah saat melakukan transaksi jual beli yang dilakukan oleh pihak toko dan pelanggan, pada perhitungan jumlah produk dan harganya masih

menggunakan media kalkulator sebagai alat bantu. Sehingga terdapat resiko terjadinya kesalahan saat melakukan perhitungan jumlah produk dan harga terlebih prosesnya memakan cukup banyak waktu karena dijumlah satu per satu.

Berdasarkan permasalahan di atas yang telah dijelaskan , maka ibutuhkan sebuah media promosi penjualan yang dapat memfasilitasi pelanggan untuk mendapatkan informasi akan pengadaan barang atau produk baru dan dapat melihat detail dari produk yang ditawarkan serta dapat melakukan pembelian secara online pada Toko Dinda Mulia. Maka penelitian ini akan mengusulkan perancangan sistem informasi promosi penjualan berbasis web menggunakan CRM (*Customer Relationship Management*) sebagai metode penelitiannya. Karena dalam bisnis penjualan, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling diutamakan agar mendapatkan keuntungan. Maka dari itu diperlukan peran metode CRM didalam sistem agar pihak Toko Dinda Mulia dapat mengetahui apa yang harus dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Diharapkan dengan adanya sebuah sistem berbasis web yang didalamnya terdapat CRM dan pengelolaan penjualan dapat memberikan perubahan dari segi pendataan agar lebih efektif dan efisien dan juga dari penjualan meningkat dikarenakan memiliki marketplace sendiri untuk menawarkan barang secara online dan bisa mendapatkan volume perdagangan yang cukup luas. Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan di atas, penulis membuat perancangan sistem dengan judul **“Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Toko Dinda Mulia Dengan Pendekatan Strategi *Cross Selling*”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu, bagaimana merancang dan membangun sistem yang bertema Penerapan customer relationship management (CRM) dalam sistem informasi penjualan Toko Dinda Mulia dengan pendekatan strategi *cross selling* sehingga diyakinkan dapat meningkatkan penjualan produk dan layanan pada pelanggan?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dibuat agar permasalahan yang tercakup didalamnya tidak berkembang maupun menyimpang terlalu jauh dari tujuan awalnya, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

- a. Sistem informasi penjualan ini membahas laporan tentang Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam sistem informasi penjualan Toko Dinda Mulia dengan pendekatan strategi *Cross Selling*.
- b. Sistem ini mencakup data pelanggan, data produk, data transaksi, data interaksi pelanggan, data analitik, data keuangan.
- c. Sistem ini mencakup laporan dan informasi yang dihasilkan yaitu laporan penjualan, laporan pelanggan, laporan *Cross Selling*, laporan analitik, laporan keuangan.
- d. *Cross Selling* adalah proses strategi pemasaran produk dengan cara menawarkan pelanggan untuk membeli produk tambahan saat mereka sedang melakukan suatu transaksi pada perusahaan.

1.4. Tujuan

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah pada Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam sistem informasi penjualan Toko Dinda Mulia dengan menerapkan strategi *cross selling* pada website, upaya ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk dan memudahkan penyampaian informasi produk yang dapat diakses secara online dan real-time oleh pelanggan. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan kemudahan dalam memperoleh informasi produk yang diperlukan.

1.5. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian Tugas Akhir ini sebagai berikut.

- a. Bagi Toko Dinda Mulia

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai pentingnya penggunaan *Customer Relationship Management (CRM)* dengan strategi *cross selling* sehingga dapat memberikan kontribusi pemikiran akan pentingnya CRM untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan toko dalam pembuatan CRM untuk

lebih meningkatkan kepeduliannya pada konsumen.

b. Bagi Mahasiswa

Menjadi sumber pengetahuan mengenai *Customer Relationship Management* (CRM) & strategi *cross selling* serta pengembangan ilmu pengetahuan berkaitan dengan bidang sistem informasi penjualan.

c. Bagi Pelanggan

Memberikan loyalitas dan ketepatan konsumen dalam memilih produk yang tepat dan peneliti juga diharapkan dapat melihat sampai mana strategi CRM & *cross selling* terhadap konsumen, sehingga semakin meningkatkan kepuasan pelanggan akan hal-hal yang harus diperoleh pelanggan.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data, maka metode pengumpulan data merupakan salah satu Langkah yang paling penting dalam suatu penelitian. Peneliti yang melakukan penelitian tidak akan mendapatkan data yang diinginkan jika tidak mengetahui metode dalam pengumpulan data. (Sugiyono, 2018) Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuisioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

Menurut (Yusuf, 2013) keberhasilan dalam pengumpulan data banyak ditentukan oleh kemampuan peneliti menghayati situasi sosial yang dijadikan fokus penelitian. Peneliti dapat melakukan wawancara dengan subjek yang diteliti, mampu mengamati situasi sosial yang terjadi dalam konteks yang sesungguhnya. Peneliti tidak akan mengakhiri fase pengumpulan data sebelum peneliti yakin bahwa data yang terkumpul dari berbagai sumber yang berbeda dan terfokus pada situasi sosial yang diteliti mampu menjawab rumusan masalah dari penelitian, sehingga ketepatan dan kredibilitas tidak diragukan oleh siapapun.

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu :

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari tempat penelitian yang melalui pengamatan dan pencatatan tentang objek penelitian. Sumber

data primer meliputi :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung kegiatan yang ada di salah satu pelaku usaha konveks di Toko Dinda Mulia. Observasi ini dilakukan agar penulis dapat mengetahui atau dapat mengamati secara langsung bagaimanakegiatan yang ada di lapangan.

2. Wawancara

Teknik wawancara adalah salah satu cara paling efektif agar bisa mendapatkan data. Dalam proses penerapan sistem informasi yang belum terkomputerisasi, Teknik wawancara dengan pelaku usaha dilaksanakan untuk menangani permasalahan yang ada. Adapun wawancara yang dilakukan dengan pemilik Toko Dinda Mulia dan beberapa karyawan menghasilkan beberapa data seperti Data Semua Barang, Data Penjualan, Data Pelanggan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Data ini dapat ditemukan dalam literatur atau buku. Sumber data sekunder meliputi:

1. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengkajian literatur-literturnya dan dokumentasi dari internet, buku dan laporan penelitian sebelumnya.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari landasan teori tentang sistem informasi pembayaran dan penjualan berbasis website, yang dapat digunakan sebagai referensi untuk mendukung Analisis literatur dan publikasi.

1.6.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem adalah metode dengan proses yang penting bagi pembuatan suatu sistem. Dalam pengembangan yang akan diterapkan penelitian ini adalah model SDLC (*System Development Life Cycle*) atau sering juga disebut dengan metode *waterfall*. Menurut Rosa & Shalahuddin (2018), *Waterfall* menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial dimulai dari analisis, desain,

pengkodean, pengujian, dan tahap pendukung (*support*).

Tahapan dari pengembangan sistem dalam metode *waterfall* antara lain :

a. Analisa Kebutuhan Perangkat Lunak

Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan secara intensif untuk menspesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh *user*. Spesifikasi kebutuhan perangkat lunak pada tahap ini perlu untuk didokumentasi.

b. Desain Perangkat Lunak

Desain perangkat lunak adalah proses multi langkah yang berfokus pada pembuatan program perangkat lunak, mencakup struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antar muka, dan prosedur pengodean. Tahap ini mentranslasi kebutuhan perangkat lunak dari tahap analisis kebutuhan ke representasi desain agar dapat di implementasikan menjadi program pada tahap selanjutnya. Desain perangkat lunak yang dihasilkan pada tahap ini juga perlu didokumentasikan.

c. Pembuatan Kode Program

Desain yang telah dibuat harus diubah menjadi program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program computer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain. Pada pembuatan kode program, penyusun menggunakan *PHP* dan *Mysql* sebagai basis datanya.

d. Pengujian

Pengujian hanya fokus pada perangkat lunak dari segi logik dan fungsional, memastikan bahwa semua bagian sudah diuji. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan (*error*) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

e. Pendukung dan Pemeliharaan

Tidak menutup kemungkinan sebuah perangkat lunak mengalami perubahan ketika sudah dikirimkan ke *user*. Perubahan bisa terjadi karena adanya kesalahan yang muncul dan tidak terdeteksi saat pengujian atau perangkat lunak harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Tahap pendukung atau pemeliharaan dapat mengurangi proses pengembangan mulai dari analisis spesifikasi untuk perubahan perangkat lunak yang sudah ada.

1.6.3 Metode Perancangan Sistem

Perkembangan teknik pemrograman berorientasi objek, munculah sebuah standarisasi bahasa pemodelan untuk pembangunan perangkat lunak yang dibangun dengan menggunakan teknik pemrograman berorientasi objek, yaitu *Unified Modelling Language* (UML). UML muncul karena adanya kebutuhan pemodelan visual untuk menspesifikasikan, menggambarkan, membangun, dan mendokumentasikan sistem perangkat lunak. Menurut Rosa & Shalahuddin (2018) UML merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks – teks pendukung. UML hanya berfungsi untuk melakukan pemodelan. Jadi penggunaan UML tidak terbatas pada metodologi tertentu, meskipun kenyataannya UML paling banyak digunakan pada metodologi berorientasi objek.

Berikut ini jenis– jenis diagram *Unified Modelling Language* (UML) antara lain :

1. *Use Case Diagram*

Use Case Diagram adalah pemodelan perilaku sistem informasi yang akan dikembangkan. *Use case* menggambarkan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. Ada beberapa aktor dalam sistem yaitu petugas verifikasi,petugas lapangan dan kepala bidang. *Use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada didalam sebuah sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi – fungsi tersebut.

2. *Class Diagram*

Diagram Diagram kelas atau *Class Diagram* menggambarkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas –kelas yang akan dibuat untuk membangun sistem. Kelas memiliki apa yang disebut atribut dan metode atau operasi. *Class diagram* dibuat agar pembuat program atau membuat kelas-kelas sesuai rancangan di dalam diagram kelas agar antara dokumentasi perancangan dan perangkat lunak sinkron.

3. *Sequence Diagram*

Sequence Diagram menggambarkan kelakuan objek pada *Use Case* dengan mendeskripsikan waktu hidup objek dan pesan yang dikirimkan dan diterima antar objek. Oleh karena itu untuk menggambar diagram sequence maka harus diketahui objek-objek yang terlibat dalam sebuah *Use Case* beserta metode-

metode yang dimiliki kelas yang diinstansiasi menjadi objek itu. Membuat diagram sequence juga dibutuhkan untuk melihat skenario yang ada pada *Use Case*.

4. *Activity Diagram*

Activity diagram atau Diagram Aktifitas merupakan diagram yang menggambarkan *Workflow* (aliran kerja) atau aktifitas dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menu yang ada pada perangkat lunak. Yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa diagram aktifitas menggambarkan aktifitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktifitas yang dapat dilakukan oleh sistem.

5. *Statechart Diagram*

Statechart diagram atau *State Machine Diagram* atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan diagram mesin digunakan untuk menggambarkan perubahan status atau transmisi dari sebuah mesin atau sistem objek. Diagram ini menggambarkan siklus hidup objek berbagai keadaan yang dapat diasumsikan oleh objek dan kejadian - kejadian (*Events*) yang menyebabkan objek dari satu tempat ke tempat yang lain.

1.6.4 Kerangka Pemikiran



