

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Cafe Bara merupakan sebuah usaha cafe yang melayani penjualan makanan dan minuman saja, pelanggan datang memesan makanan dan makan sambil bersantai, berdiskusi ada juga yang mengerjakan pekerjaan dan lain sebagainya. Pelayanan belum maksimal dalam proses pemesanan membuat konsumen menunggu cukup lama dalam memesan. Pengelolaan data pemesanan belum optimal karena melakukan proses pemesanan direkapitulasi dalam pembukuan yang dilihat berdasarkan nota-nota pesanan dan laporan pemesanan dalam pesanan harian dan satu bulan di buku yang berbeda sehingga banyaknya jumlah buku sering terjadi kekeliruan dan kesalahan dalam penulisan karena melihat satu persatu nota-nota konsumen yang dapat menyita waktu dalam pembuatan laporannya [1].

Berdasarkan deskripsi paragraf di atas, maka peneliti akan merancang dan membangun sebuah sistem informasi berbasis web yang dikembangkan dengan menggunakan pengembangan sistem, menggunakan database "phpMyadmin" dengan bahasa pemrograman PHP, dan dalam desain perancangan menggunakan UML. Peneliti diharapkan dapat menyelesaikan masalah seperti penyimpanan data penjual, pemesanan manual seperti mencatat pesanan pelanggan dengan menggunakan *note* dan pulpen dan masih menggunakan buku untuk laporan pemasukan keuangan bulanan yang akan tersimpan di sebuah *database* agar lebih tertata rapih dan dengan adanya sistem informasi penjualan berbasis web, diharapkan dapat bermanfaat dalam melakukan pemasaran dan

promosi Bara Coffee secara *online* dengan tujuan mempermudah konsumen dan karyawan dalam memesan serta membuat laporan pemesanan dan pendapatan [2].

Customer Relationship Management (CRM) merupakan integrasi antara teknologi informasi dan pemasaran, dimana dengan memanfaatkan CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggan, sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah diantara perusahaan dan para pelanggan.

Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah sistem yang mendukung proses penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM) yang dapat diakses secara *online*. Dalam aplikasi yang akan dibangun terdapat pendaftaran pelanggan dan fitur *live chat* yang berfungsi untuk membantu dalam memberikan kritik, saran, dan pertanyaan yang berkenaan dengan Bara Coffee. Konsumen juga dapat mengetahui promo-promo penjualan dan penawaran menarik lainnya. Melalui aplikasi ini, Bara Coffee dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mendapatkan pelanggan baru dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan [3].

Adapun daftar penjualan di Cafe Bara Tahun 2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Daftar Penjualan di Cafe Bara Tahun 2024

No	Jenis	Bulan										
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov
1	Nasi goreng	150/p	168/p	170/p	155/p	173/p	177/p	150/p	154/p	140/p	149/p	139/p
2	Indomie Goreng	120/p	100/p	115/p	125/p	132/p	127/p	130/p	100/p	98/p	87/p	90/p
3	Indomie Kuah	90/p	93/p	83/p	90/p	100/p	97/p	86/p	77/p	124/p	130/p	127/p
4	Ayam Penyet	147/p	153/p	160/p	178/p	169/p	158/p	149/p	150/p	134/p	155/p	127/p

5	Ifumie	52/p	50/p	48/p	32/p	30/p	35/p	27/p	38/p	37/p	30/p	29/p
6	Dimsum	155/ p	159/ p	167/ p	173/ p	180/ p	165/ p	154/ p	162/ p	155/ p	142/ p	153/ p
7	Kentang Goreng	152/ p	147/ p	131/ p	159/ p	163/ p	154/ p	138/ p	141/ p	150/ p	155/ p	134/ p
8	Sosis Goreng	153/ p	143/ p	139/ p	128/ p	159/ p	156/ p	133/ p	143/ p	137/ p	152/ p	141/ p
9	Nugget Goreng	156/ p	144/ p	138/ p	131/ p	166/ p	158/ p	136/ p	149/ p	129/ p	140/ p	134/ p
10	Tahu Walik	132/ p	129/ p	122/ p	139/ p	142/ p	121/ p	148/ p	121/ p	128/ p	120/ p	125/ p
11	Pisang Pasir	149/ p	141/ p	132/ p	147/ p	134/ p	139/ p	143/ p	133/ p	129/ p	144/ p	139/ p
12	Americano	140/ p	147/ p	135/ p	129/ p	130/ /p	159/ p	127/ p	131/ p	123/ p	129/ p	130/ p
13	Cappuccin o	151/ p	144/ p	137/ p	130/ p	126/ p	155/ p	137/ p	155/ p	130/ p	139/ p	133/ p
14	Sanger	150	154	137	146	120	135	149	132	128	141	149
15	Milo	130/ p	133/ p	155/ p	124/ p	131/ p	138/ p	140/ p	151/ p	143/ p	150/ p	120/ p
16	Vanila Latte	133/ p	139/ p	131/ p	130/ p	129/ p	121/ p	139/ p	141/ p	129/ p	132/ p	133/ p
17	Caramel Latte	121/ p	129/ p	120/ p	119/ p	129/ p	131/ p	138/ p	144/ p	130/ p	129/ p	133/ p
18	Taro	125/ p	129/ p	121/ p	132/ p	129/ p	119/ p	122/ p	110/ p	128/ p	123/ p	131/ p
19	Red Velvet	110/ p	126/ p	120/ p	100/ p	108/ p	133/ p	130/ p	129/ p	142/ p	139/ p	121/ p
20	Matcha	111/p	129/ p	121/ p	110/ p	124/ p	118/ p	112/ p	120/ p	125/ p	122/ p	127/ p

Perkembangan bisnis cafe saat ini sangat berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat banyaknya cafe yang bermunculan, karena cafe sudah menjadi *lifestyle* kebanyakan orang di zaman ini terutama pada kalangan remaja. Perkembangan Cafe Bara saat ini masih menggunakan sistem manual. Sehingga timbul suatu gagasan dari penulis untuk membuat sistem informasi yang menerapkan CRM. *Customer Relationship Management* merupakan strategi oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk dapat menciptakan dan mempertahankan suatu hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan pelanggan dan mengurangi kemungkinan

para pelanggan pindah ke cafe lain. Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan sebuah strategi bisnis dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) atau aplikasi yang mampu membantu cafe untuk menciptakan hubungan yang harmonis sehingga dapat memahami dan merespon setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini akan membuat rasa puas pelanggan dengan pelayanan yang diberikan Bara Coffee sehingga pada akhirnya akan loyal kepada perusahaan. CRM adalah suatu jenis manajemen secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya [4].

Penyelesaian permasalahan tersebut memerlukan perancangan yang *clear* sehingga akan mengakibatkan kesesuaian kebutuhan Bara Coffee dalam melaksanakan kegiatannya yang berorientasi pada kualitas yang baik. Konsep CRM menjadi strategi Bara Coffee untuk tetap fokus pada kebutuhan konsumen mereka dan melakukan pendekatan yang berpusat pada konsumen. Sehingga peneliti berharap membantu pihak Bara Coffee dalam mengolah data pelanggan, menghasilkan informasi yang akurat dan memberi layanan, melatarbelakangi untuk membuat penelitian dengan judul, **“Membangun Website Di Bara Coffee Dengan Menggunakan Metode CRM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bara Coffee mengalami kesulitan dalam menjaga hubungan dengan pelanggan baru, yang berisiko tidak kembali lagi setelah kunjungan pertama.
2. Komunikasi yang buruk antara Bara Coffee dan pelanggan, seperti tanggapan yang lambat terhadap keluhan atau pertanyaan, dapat menyebabkan ketidakpuasan.

3. Bara Coffee tidak memiliki beberapa saluran komunikasi (media sosial, email, telepon), memungkinkan sulit untuk menjaga konsistensi dalam layanan pelanggan di setiap saluran tanpa sistem yang terintegrasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. *Website* akan difokuskan pada pengumpulan data pelanggan yang berkaitan dengan interaksi langsung di situs (misalnya, data preferensi produk, riwayat pembelian dan feedback pelanggan).
2. *Website* yang dibangun hanya akan berfungsi sebagai platform untuk menampilkan menu, memberikan informasi tentang cafe dan memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan online yang sederhana.
3. Fokus pada sistem loyalitas yang mudah dikelola dan diterima oleh pelanggan dengan anggaran dan waktu yang terbatas.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana membangun dan mengelola program loyalitas pelanggan yang efektif di website?
2. Bagaimana meningkatkan komunikasi dengan pelanggan melalui *website* CRM?
3. Bagaimana mengelola feedback dan umpan balik pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui dan menganalisis kebutuhan pelanggan Bara Coffee yang dapat dipenuhi melalui website, seperti kemudahan pemesanan, informasi menu, sistem loyalitas, dan komunikasi yang lebih efisien.
2. Untuk Membuat sistem CRM yang terintegrasi dengan *website* Bara Coffee untuk mengelola data pelanggan, dan mengoptimalkan layanan berbasis data pelanggan.
3. Untuk Menerapkan fitur komunikasi otomatis dan pengelolaan feedback pelanggan melalui website, seperti email dan sistem umpan balik, untuk memperbaiki interaksi dengan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
 - a. Mengeksplorasi lebih jauh teori-teori yang didapat selama mengikuti perkuliahan.
 - b. Menerapkan dan memperkuat ilmu-ilmu yang diperoleh selama berkuliah di Universitas Royal Kisaran sebagai bekal di dunia kerja nanti sesuai dengan ilmu yang telah dipelajarinya.
2. Bagi Cafe Bara Coffe
 - a. Membantu Meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
 - b. Mempermudah respon terhadap pelanggan dan memungkinkan komunikasi yang lebih terarah dan personal, membangun hubungan yang lebih kuat.

3. Bagi Pelanggan

- a. Memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memperoleh informasi tentang penawaran dan promosi dari Bara Coffee.
- b. Mempermudah proses pemesanan bagi pelanggan, secara langsung maupun pemesanan *online*.

4. Bagi Universitas Royal

- a. Diharapkan mengaplikasikan ilmu yang didapat dibidang sistem informasi.
- b. Bermanfaat sebagai referensi tambahan dalam penelitian yang dapat menjadi bahan bacaan bagi penelitian lain yang berminat mengkaji permasalahan atau topik yang sama.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan tentang uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

Bab II Tinjauan Pustaka

Berisikan semua penjelasan tentang teori, dapat berupa definisi-definisi atau model yang berkaitan dengan tema atau masalah yang diteliti.

Bab III Metodologi Penelitian

Berisi tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam membuat sistem yang terdiri dari kerangka kerja, metode pemilihan, waktu dan tempat penelitian dan lain-lain.

Bab IV Analisa dan Perancangan

Bab ini menguraikan tentang analisa terhadap objek yang diteliti, menekankan pada inti permasalahan. Meliputi analisa terhadap sistem yang sedang berjalan, analisis kelayakan sistem. Perancangan sistem berisikan model-model penyelesaian masalah sistem lama dengan membuat rancangan sistem baru yang usulkan yaitu uraian dan alat bantu yang sesuai dengan masalah yang dibahas.

Bab V Implementasi Pengujian

Bab ini menjelaskan pengujian program atau sistem. Pada bab ini juga berisi analisis implementasi sistem, pengujian sistem kelebihan, dan kelemahan sistem.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang uraian kesimpulan dan saran yang diambil dari penulis skripsi dari seluruh bab serta memberikan saran sebagai bahan masukan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut di masa mendatang.