

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi bisnis yang mengintegrasikan proses, teknologi, dan semua informasi mengenai pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Yulianti et al., 2020). Menurut (Beldona, 2019) penggunaan CRM dalam e-commerce membantu perusahaan untuk memahami perilaku pelanggan secara lebih mendalam dan memberikan pengalaman yang lebih personal. Implementasi CRM memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan dengan lebih efisien, sehingga dapat memberikan rekomendasi produk yang relevan dan mendukung keputusan bisnis yang lebih baik (Nguyen et al., 2021). Hal ini sangat penting mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat di era digital saat ini.

Implementasi CRM dalam *E-commerce* dapat dilakukan dengan mengintegrasikan fitur-fitur seperti manajemen data pelanggan, pelacakan riwayat pembelian, personalisasi penawaran, dan sistem *feedback* pelanggan. Dengan CRM, toko dapat memahami preferensi pelanggan lebih baik dan memberikan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, CRM memungkinkan untuk otomatisasi proses pemasaran dan penjualan, meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

*E-Commerce* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa di internet. Umumnya transaksi melalui sarana E-commerce dilakukan melalui sarana sebuah situs yang diibaratkan sebagai sebuah etalase tempat menjual barang dagangan. Ada beberapa jenis *e-commerce*, salah satu jenis *e-commerce* yang mungkin sering kita temui adalah Business-to-Customer, atau yang lebih dikenal sebagai (B2C), salah satu toko yang menerapkan/menggunakan jenis *Business-to-Consumer* (B2C) adalah Toko T-HYPE.ID merupakan toko jual beli barang *fashion* (sepatu dan baju)

brand lokal maupun brand dari t-hype.id (*custom*) untuk pria dan wanita, yang bertempat di tasikmalaya.

Sistem *E-commerce* belum di terapkan pada toko tersebut, sebelumnya pihak toko sudah mencoba menggunakan media marketplace namun kurang efektif untuk membangun kepercayaan pelanggan dikarenakan banyak toko lain yang menjual produk yang sama (sepatu) dengan harga lebih murah dan tidak sedikit juga toko yang kurang amanah, sehingga sedikit pelanggan yang percaya terhadap toko dan banyak pelanggan yang ingin mengetahui dan mencari informasi tentang toko terlebih dahulu sebelum membeli, serta adanya penerapan sistem request custom pada produknya (baju) agar pelanggan dapat berkreasi dan mendapat desain produk yang di inginkan customer, harus terbatas pada marketplace dan saat ini masih dilakukan dengan cara manual seperti via chat whatsapp dan media chat lainnya.

Solusi untuk masalah tersebut maka dibuatlah *E-commerce* dengan menerapkan fitur *Customer Relationship Management* (CRM) di dalamnya untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan informasi tentang profile toko, produk apa saja yang di perjual belikan, serta dengan adanya fitur *request custom* baru yang akan di terapkan pada *e-commerce* dapat membantu dan memudahkan pelanggan untuk memesan produk yang mereka inginkan dan admin toko yang tidak harus melayani pelanggan secara manual. Pada penelitiannya (Intan oktaviani, Nur Hasanah, Rina Mahmudati, 2022) dengan judul *E-Commerce Pada Toko Baju Xyz Dengan Menerapkan Metode Customer Relationship Management* (CRM), Penelitian yang dilakukan menghasilkan sistem penjualan atau *E-Commerce* dengan penerapan CRM dengan tujuan untuk mempertahankan konsumen supaya setia dengan produk pada toko XYZ. Fasilitas kirim pesan dan menu komplain diberikan pada *E-Commerce* untuk memudahkan konsumen dalam mengirimkan pesan pada toko baju XYZ.

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada toko T-Hype.id dapat memberikan beberapa keuntungan yang signifikan. Pertama,

dengan memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi pelanggan melalui data terintegrasi, toko dapat memberikan layanan yang lebih personal dan relevan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan. Kedua, otomatisasi proses pemasaran dan penjualan melalui CRM dapat mengurangi waktu dan biaya operasional, meningkatkan efisiensi secara keseluruhan. Ketiga, data yang terkumpul memungkinkan toko untuk menawarkan produk dan promosi yang lebih sesuai dengan keinginan pelanggan, memperkuat interaksi positif. Terakhir, analisis mendalam terhadap data pelanggan memberikan wawasan yang berharga, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategi bisnis yang lebih efektif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibuat penelitian dalam bentuk perancangan E-commerce dengan judul **“IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM E-COMMERCE STUDY KASUS TOKO T-HYPE.ID”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang kesimpulan yang dapat di ambil pada penelitian ini adalah Bagaimana membangun *E-commerce* dengan menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)* menggunakan metode *Rapid Application Development (RAD)*, serta bagaimana penerapan fitur *request custom* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada toko T-Hype.id.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan-batasan permasalahan pada penelitian ini antarlain :

1. *Customer* yang mengakses web toko hanya *login* menjadi *user*(tam).  
2. *Request Custom* hanya dapat melampirkan format link gambar atau *google drive*.
3. Transaksi pembayaran menggunakan metode pembayaran yakni dengan menggunakan *Payment Gateway* dan COD (*cash on delivery*).

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah membangun platform *E-commerce* dengan menerapkan fitur *Customer Relationship Management* (CRM) seperti fitur diskon dan promosi, fitur layanan pelanggan seperti chat support, ulasan, kritik dan saran, serta yang terakhir fitur refund dan komplain, menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD), serta menerapkan fitur request custom untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu admin toko T-Hype.id.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi pengunjung (*customer*), mendapatkan informasi tentang toko dan produk apa saja yang di perjual belikan, juga dengan adanya fitur *request custom*, pelanggan dapat memesan barang yang di butuhkan dan di inginkan melalui website ini.
2. Bagi T-HYPE.ID, dapat membantu dan mempermudah dalam mengelola serta menyediakan informasi, promosi dan penjualan berbasis web, khususnya pada fitur *request custom*.
3. Mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapat selama mengikuti proses belajar mengajar di Jurusan Informatika Universitas siliwangi.
4. Menambah wawasan dan pemahaman mengenai penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam sistem *E-commerce*, serta Menunjukkan bagaimana metode *Rapid Application Development* (RAD) dapat digunakan untuk mengembangkan sistem informasi yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.