

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-commerce adalah sebuah proses transaksi penjualan atau pembelian yang dilakukan menggunakan media elektronik, seperti internet. Salah satu keunggulan dari *e-commerce* adalah transaksi online yang dapat diakses oleh semua orang didunia tidak terbatas waktu dan tempat. Pada studi kasus ini, perusahaan E-shop yang bergerak dibidang penjualan *software* mengalami berbagai kendala, banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang yang sama merupakan halangan besar bagi kemajuan perusahaan ini. Semakin ketat persaingan membuat pemilik berpikir lebih keras untuk strategi penjualan, biaya yang semakin besar dengan tingkat penjualan yang tetap bahkan menurun, membuat perusahaan tidak dapat bertahan. *E-commerce* merupakan salah satu alternatif solusi strategi penjualan bagi perusahaan, karena dapat melebarkan jangkauan pasar dan menghindari beberapa biaya-biaya operasional seperti *showroom*, gaji karyawan, dll. Transaksi *e-commerce* ini juga diprediksi dapat meningkatkan loyalitas konsumen karena sistem akan menyediakan informasi secara lengkap, agar konsumen mendapat informasi-informasi yang berkaitan dengan *software* sebelum melakukan pembelian.

Persaingan sehat maupun tidak sehat ke sesama perusahaan bisnis sudah umum dilakukan demi mendapatkan keuntungan, pelayanan merupakan faktor kunci yang harus diperhatikan. Pelayanan tidak memuaskan dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk dari perusahaan lain. Oleh karena itu, *customer support* menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Keluhan muncul ketika konsumen menerima produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, semakin banyak jumlah konsumen, semakin banyak keluhan / komplain yang akan diterima oleh perusahaan. Hal ini menyebabkan biaya operasional untuk menyediakan *customer service online* menjadi besar. Biaya besar yang tidak sebanding dengan penjualan banyak menjadi penyebab perusahaan tidak dapat bertahan. Teknologi *pre-order customer support* pada *customer relationship management* dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan pelayanan pada perusahaan. Teknologi ini menyediakan fitur-fitur seperti akses *realtime* ke informasi produk beserta perbandingan produk, fitur *customer support* yang berguna untuk mengajak konsumen berkomunikasi satu sama lain ketika ada masalah dengan transaksi sehingga tidak semua konsumen akan menghubungi *customer service online*. Penerapan

teknologi ini diharapkan dapat memangkas biaya-biaya operasional pada perusahaan *E-shop*, serta dapat meningkatkan penjualan demi meraih keuntungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang ditemukan dilapangan :

1. Bagaimana membuat perusahaan *E-shop* dapat meningkatkan layanan serta penerapan CRM pada bagian *Helpdesk (customer support)*
2. Bagaimana membuat konsumen dapat melakukan transaksi jual, beli, dan pembayaran dengan mudah

1.3 Tujuan

Sistem yang akan dibangun memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Membuat *e-commerce* yang *user-friendly* guna mempermudah dan mempercepat pembelian *software* tanpa batasan waktu, dan tempat, dengan tujuan memperluas pemasaran dan memangkas biaya operasional yang dapat dihindari. Menyediakan fasilitas *customer support* untuk mendorong konsumen selalu berkomunikasi satu sama lain guna mendapatkan konsumen potensial.
2. Mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian hingga sampai proses penerimaan ke konsumen itu sendiri.

1.4 Batasan Masalah

Dalam segi aplikasi, sistem dibatasi oleh beberapa hal dibawah ini :

1. Sistem ini dapat diakses online dengan terhubung internet
2. Validasi *user* dan inputan diberikan pada setiap halaman web, sedangkan enkripsi data berlaku untuk *password*
3. *E-commerce* ini membahas tentang Manajemen produk, Manajemen *customer*, Manajemen *order*, Manajemen pembayaran dan *shipping*, Manajemen *customersupport*
4. Pembayaran dibatasi hanya dengan cara transfer, yaitu pembayaran dilakukan antar rekening bank melalui proses transfer dari konsumen ke rekening perusahaan. Sistem ini mencatat informasi nomer rekening bank dan informasi lain yang diperlukan, proses transfer ini sendiri berada diluar sistem *e-commerce*
5. Teknologi CRM yang digunakan yaitu customer relationship dan customer support

1.5 Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Membahas tentang latar belakang masalah perusahaan, identifikasi masalah, setelah mengetahui latar belakang masalah, pembatasan masalah dan asumsi, maksud dan tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori

Berisi mengenai teori-teori yang dijadikan pedoman bagi penulis dalam penelitian dan sebagai penyelesaian dari permasalahan perencanaan program dan pengembangan sistem.

Bab IV Analisis dan Disain

Menguraikan tentang langkah-langkah mulai dari awal sampai akhir yang dilakukan penulis untuk menyelesaikan masalah dan mengenai pendekatan model masalah.

Bab V Pengembangan Perangkat Lunak

Berisi data-data yang dibutuhkan untuk pengendalian sistem yang merupakan data aktual masa lalu dan pengolahan data yang sudah didapat tersebut agar mendapatkan solusi pemecahan berdasarkan metode yang didapat dari kajian teori.

Bab 5 Testing dan Evaluasi Sistem

Membahas tentang analisis dari program yang didapatkan dari pengolahan data yang telah dilakukan

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan akhir dari perumusan masalah dan saran-saran yang diharapkan dapat menjadi titik acuan dalam memecahkan persoalan yang dihadapi perusahaan.