

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang terjadi sekarang berpengaruh besar terhadap kegiatan masyarakat khususnya dalam dunia bisnis. Persaingan bisnis dewasa ini tidak hanya bertumpu pada kualitas produk, melainkan lebih pada kualitas layanan, yang lebih mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Namun, tidak berarti produk atau jasa yang ditawarkan tidak bermutu, terutama jika produk yang ditawarkan memiliki pesaing yang kurang lebih sama. Di dalam memberikan kualitas layanan yang baik, perusahaan dituntut untuk membangun suatu hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, sehingga perusahaan mengetahui banyak hal mengenai pelanggannya. (Wawa, 2012).

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan agar mampu bersaing dalam dunia bisnis adalah dengan menerapkan sebuah sistem informasi manajemen hubungan pelanggan. Manajemen hubungan pelanggan atau yang sering juga disebut *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari istilah *Relationship Marketing* (RM) dan *Customer Management* (CM). Definisi RM sendiri dijabarkan sebagai strategi manajemen relasi yang melibatkan seluruh *stakeholder* jangka panjang. Definisi CRM dipaparkan sebagai strategi manajemen relasi yang melibatkan pelanggan dengan pengguna teknologi yang tepat. Sedangkan CRM didefinisikan sebagai bentuk implementasi dan manajemen taktikal dalam berinteraksi dengan pelanggan (Frow dan Payne, 2009:7-27).

Klinik *Amaze Skin Care* berdiri pada tahun 2013 dan berada di pusat kota Palembang. Klinik *Amaze Skin Care* memberikan pelayanan terhadap masyarakat di dunia kecantikan, baik itu berupa memberikan pelayanan perawatan kecantikan seperti *Slimming Treatment, Chemical Peeling, Dermatreatment, Facelift, Botox, Body Slimming Infusion, Dermafiller, Eye Treatment, Body Peeling, Mesotherapy, Facial Treatment, Laser*, hingga *Whitening Infusion* dan paket perawatan kecantikan lainnya yang termasuk di dalam katalog daftar harga perawatan. Serta ditambah dengan memberikan pelayanan berupa pendistribusian produk perawatan wajah yang sudah diakui oleh BPOM dengan *brand* nama *Amaze Skin Care*. Produk yang ditawarkan ada beberapa macam seperti *cream* wajah, *cream* mata, *sunblock, serum* wajah, *jelly serum, toner, cleanser, loose powder*, dan suplemen makanan. Dengan demikian, wanita maupun pria bisa melakukan perawatan wajah maupun tubuh, tidak hanya memperindah fisik dari luar saja namun dapat menambah kepercayaan dalam diri seseorang.

Klinik *Amaze Skin Care* dalam menarik pelanggan baru menggunakan brosur dan spanduk yang dipasang di lokasi dan melalui *social* media seperti *facebook* dan *instagram* untuk penyebaran informasi mengenai perawatan kecantikan dan produk perawatan wajah serta mempromosikan usaha klinik *Amaze Skin Care*. Setiap pelanggan datang ke klinik *Amaze Skin Care* untuk mendaftar perawatan, sebelum melakukan perawatan pelanggan terlebih dahulu konsultasi dengan dokter dan dokter akan menyarankan perawatan ataupun produk perawatan wajah mana yang cocok dengan keluhan pelanggan dengan memberikan katalog daftar harga perawatan dan produk perawatan wajah, setelah berkonsultasi dengan dokter kemudian pelanggan akan dilayani oleh terapis

maupun administrasi yang bertugas. Dokter, terapis, dan administrasi, akan melayani pelanggan yang datangnya lebih awal karena tidak adanya jadwal antrian yang beraturan serta tidak ada informasi mengenai kamar perawatan yang masih tersedia atau sedang digunakan, sehingga pelanggan yang tidak mengetahui hal tersebut mengakibatkan ia harus menunggu sampai pelanggan itu sudah dilayani, kecuali pelanggan tersebut sudah menjadi *member* sehingga pelanggan baru yang belum menjadi *member* akan menunggu terlalu lama serta pelanggan tidak dapat menyampaikan keluhannya terkait pelayanan klinik di dalam sebuah kolom khusus kritik dan saran sehingga pelanggan akan merasa bosan dan dapat berpindah ke klinik kecantikan lainnya.

Keadaan lainnya adalah kurangnya pemberitahuan informasi mengenai diskon-diskon perawatan dan *update* produk layanan terbaru, tidak adanya *fitur* testimoni pelanggan, kurangnya pemberitahuan informasi mengenai jadwal buka tutup klinik, sulitnya melakukan hubungan komunikasi antara pelanggan dengan klinik dalam melakukan pemesanan produk perawatan wajah serta belum adanya fitur pemesanan secara *online*, pelanggan yang sering perawatan dan berbelanja produk terbanyak sering diabaikan dan tidak mendapatkan *voucher* potongan, dan belum memadainya fitur konsultasi dengan dokter secara *online* untuk mempermudah pelanggan yang rumahnya jauh dari jangkauan klinik. Proses yang terjadi selama ini di klinik *Amaze Skin Care* belum terkomputerisasi secara keseluruhan, yaitu melakukan pencatatan data riwayat perawatan pelanggan masih dalam bentuk kartu dan laporan rekam medis dicatat di buku, serta setiap transaksi pembayaran perawatan dan transaksi pembelian maupun penjualan produk perawatan wajah dicatat di *nota* sehingga akan menumpuk bahkan bisa saja hilang

dan ketika pencarian data kembali akan menghabiskan banyak waktu. Tidak tersedianya juga laporan per periode, grafik riwayat transaksi pelanggan sehingga dapat menyulitkan pimpinan untuk melihat data penjualan produk, data rekam medis pelanggan, dan data perawatan pelanggan. Serta penyebaran informasi yang tidak merata juga menjadi salah satu kendala dalam proses penyajian informasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan mengaplikasikannya dengan mengangkat judul **Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Web Pada Klinik Amaze Skin Care** dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* sebagai basis data.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana membangun sebuah sistem penjualan produk yang didukung Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Web Pada Klinik *Amaze Skin Care* ?
2. Bagaimana membangun sebuah sistem perawatan yang didukung Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Web Pada Klinik *Amaze Skin Care* ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam skripsi ini tidak terlalu luas, namun dapat mencapai hasil yang optimal, maka peneliti akan membatasi ruang lingkup pembahasan sebagai berikut :

Membangun Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan dimana pelanggan dengan total perawatan kecantikan dan pembelian produk perawatan

wajah terbanyak akan mendapatkan *voucher* perawatan sesuai dengan promo yang berlaku setiap bulannya. Selain itu, pelanggan yang sudah menjadi *member* juga dapat melakukan konsultasi langsung secara *online* dengan dokter dan apabila setiap ada diskon musiman dari klinik *Amaze Skin Care* maka pelanggan akan menerima notifikasi tersebut melalui *email*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah membuat Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Web Pada Klinik *Amaze Skin Care*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Sistem informasi manajemen hubungan pelanggan ini dapat memberikan kemudahan dalam pendaftaran *member*, *booking* nomor antrian perawatan, informasi nomor antrian, informasi mengenai kamar perawatan yang tersedia atau sedang digunakan, informasi mengenai *update* produk layanan terbaru, informasi testimoni pelanggan, informasi mengenai jadwal buka tutup klinik, informasi riwayat rekam medis perawatan pelanggan, serta pelanggan akan mendapatkan notifikasi *email* setiap ada diskon musiman dari klinik *Amaze Skin Care*, pelanggan yang terbanyak perawatan ataupun pembelian produk terbanyak akan mendapatkan *voucher* potongan perawatan, pelanggan juga dapat berkonsultasi secara *online* dengan dokter, pelanggan dapat melakukan pemesanan produk perawatan wajah secara *online* dan dapat melihat riwayat transaksi pemesanan produk, dan pelanggan dapat

menyampaikan kritik dan saran terkait keluhan pelayanan demi kemajuan klinik *Amaze Skin Care*.

2. Dengan mengimplementasikan Manajemen Hubungan Pelanggan ini dapat meningkatkan kinerja layanan pada pelanggan maka *profit* klinik bertambah, dan mengurangi kemungkinan pelanggan berpindah ke tempat lain.