

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG

Teknologi Internet sudah banyak dimanfaatkan dalam berbagai organisasi, khususnya dalam bisnis. Internet sendiri menyediakan banyak kelebihan dalam berbisnis, sebagai contoh dalam mencapai inovasi baru yang dapat menjual produk di pasaran lokal maupun global. Pemanfaatan teknologi Internet dalam bisnis merupakan salah satu cara yang inovatif bagi suatu perusahaan untuk memasuki pasar dalam dunia maya, dengan kata lain disebut *electronic commerce (e-commerce)*, oleh karena itu perusahaan dengan memanfaatkan teknologi Internet dapat melakukan berbagai kegiatan bisnis secara elektronik. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara elektronik memerlukan pelanggan sebagai sumber pendapatan perusahaan. Keberadaan pelanggan saat ini bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan saja, melainkan juga sebuah aset jangka panjang. Jual beli yang dilakukan juga tidak boleh bertentangan dengan syari'at agama Islam. Syarat jual beli dalam Islam pun sebenarnya sudah terpenuhi oleh jual beli online, dimana selama benda yang dijual tidak najis dan memberikan manfaat, maka benda-benda tersebut halal hukumnya atau boleh untuk di perjualbelikan.

Di era teknologi informasi ini dimana pelanggan tidak lagi hanya berhubungan dengan perusahaan tetapi juga dengan sesama pelanggan lainnya. Seorang pelanggan yang kecewa bisa dengan mudahnya

mengungkapkan rasa kecewanya melalui tulisan di blog ataupun melalui social media yang tentu saja akan cepat tersebar dan dilihat oleh pelanggan dan calon pelanggan lainnya. Hal ini tentunya sangat merugikan Perusahaan. Image baik yang sudah melekat selama bertahun-tahun di sebuah Perusahaan mungkin saja bisa tiba-tiba menjadi sangat buruk karena dirusak oleh hal-hal yang mungkin dianggap sepele Perusahaan. Oleh karena itu, biasanya beberapa perusahaan besar menjadikan hal ini sebagai prioritas utama. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan adalah lebih penting dibanding menjadikan mereka target penjualan. Jika hubungan Perusahaan baik maka apapun yang ditawarkan perusahaan, pelanggan akan lebih memilih perusahaan yang sudah mereka yakin kepuasannya. Hal ini mungkin biasa disebut dengan Relationship Marketing. Menurut Ahmad Fauzi[2] Relationship Marketing merupakan suatu praktik membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan dengan pihak-pihak seperti pelanggan, pemasok, dan penyalur untuk mempertahankan preferensi dan bisnis dalam jangka panjang. Untuk itu, diperlukan suatu cara yang tepat agar perusahaan dapat mengetahui pelanggannya secara lebih baik, sehingga mampu melayani mereka dengan lebih baik pula. Salah satu cara menjalin hubungan dengan Pelanggan tersebut adalah dengan membangun Customer Relationship Management (CRM). Salah satu saluran komunikasi antara perusahaan dan pelanggan adalah survei kepuasan pelanggan[12].

Sahi Store adalah toko yang menjual pakaian muslim, buku-buku agama dan juga terdapat coffe dimana untuk proses penjualannya baju dan buku yaitu pelanggan datang langsung ke toko dan memilih pakaian yang

ingin dibeli sesuai dengan selera pelanggan. Oleh karena itu Sahi Store harus bergerak untuk menciptakan suatu sistem dengan konsep syariah tanpa ada unsur riba yang bertujuan meningkatkan loyalitas pada pelanggan yang tidak hanya dilakukan secara offline namun juga harus dilakukan secara online yang didasari kaidah dalam fiqih muamalah.

Fiqih muamalah adalah ilmu tentang hukum berbagai macam kegiatan atau transaksi yang dilakukan manusia sesuai dengan aturan yang telah diatur dalam islam.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Skripsi dengan judul **“Perancangan *E-Commerce* Syariah Dengan Menggunakan Konsep CRM Pada Outlet Sahi Store Palembang”**

## **1.2. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan penjelasan dan uraian diatas, maka berikut rumusan masalah pada penelitian ini yang muncul sebagai acuan untuk analisis adalah sebagai berikut : Menerapkan konsep CRM di dalam konsep Syariah untuk mempermudah dalam pemesanan produk

## **1.3. BATASAN MASALAH**

Batasan ruang lingkup penelitian ini ialah membangun rancangan sistem informasi E-commerce syariah pada outlet Sahi Store untuk meningkatkan loyalitas pada pelanggan dengan menggunakan konsep Customer Relationship Management.

## **1.4. TUJUAN DAN MANFAAT**

### **1.4.1. TUJUAN PENELITIAN**

Pada penelitian ini penulis memiliki tujuan seperti berikut :

1. Penelitian bertujuan untuk membangun sistem aplikasi CRM pada sisi CRM Operasional, guna mempercepat transaksi pelayanan kepada konsumen yang didasari oleh kaidah-kaidah fiqih muamalah yang berdasarkan Al Qur'an dan Hadis Shahih.
2. Memberikan kepuasan terhadap konsumen dan ini merupakan salah satu strategi agar pelanggan bisa *repeat order*

### **1.4.2. MANFAAT PENELITIAN**

1. Dapat meningkatkan pangsa pasar karena membuat semua orang dapat memesan dan membeli produk
2. Membantu konsumen dalam pembelian dan pembayaran yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja
3. Meningkatkan *customer loyalty* disebabkan karena sistem transaksi *E-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu
4. Pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang diinginkan
5. Bisa mempelajari cara bertransaksi yang sesuai dengan syariat islam

## **1.5 METODOLOGI PENELITIAN**

### **1.5.1 WAKTU DAN TEMPAT**

Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini sekitar 8 (delapan) bulan. Penelitian ini dimulai pada bulan desember 2018 sampai dengan bulan juli 2019.

Tempat penelitian ini dilaksanakan pada SAHI STORE PALEMBANG. Toko ini beralamat di Jalan Talang Kerangga 30 ilir nomor .26 Palembang.

### **1.5.2 METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan merupakan jenis metode penelitian deskriptif dimana metode jenis ini mengolah data yang tidak berupa rangkaian angka, melainkan berwujud kata-kata. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian.

### **1.5.3 METODE PENGUMPULAN DATA**

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini, antara lain:

1. Wawancara (Interview),

Wawancara merupakan pengumpulan data dengan pengamatan langsung yang dilakukan dengan cara bertanya jawab atau dialog secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab kepada Owner Sahi Store.

## 2. Pengamatan (Observation)

yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tinjauan secara langsung ke suatu objek yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang bersifat nyata dan meyakinkan maka penulis melakukan pengamatan langsung pada Sahi Store

## 3. Studi Pustaka

Untuk mendapatkan data-data yang bersifat teoritis maka penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, makalah atau pun referensi lain yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

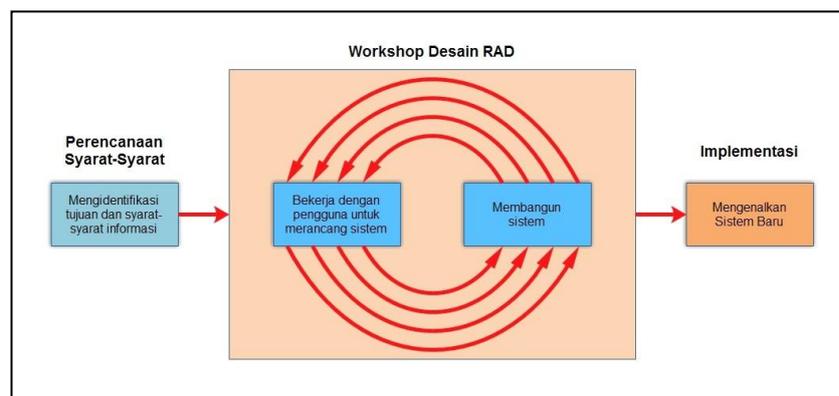
### **1.5. 4 METODE PENGEMBANGAN SISTEM**

Metode yang digunakan adalah metode *Rapid Application Development* (RAD). Metode ini merupakan siklus hidup yang ditujukan untuk metode pengembangan yang jauh lebih cepat dan mendapatkan hasil dengan kualitas yang lebih baik. dibandingkan dengan hasil yang dicapai melalui siklus tradisional. RAD merupakan gabungan dari bermacam-macam teknik terstruktur untuk mempercepat pengembangan sistem/aplikasi. definisi konsep RAD ini, dapat dilihat bahwa pengembangan aplikasi dengan menggunakan metode RAD ini dapat dilakukan dalam waktu yang relative lebih cepat.

RAD adalah proses model perangkat lunak inkremental yang menekankan siklus pengembangan yang singkat. Model RAD adalah sebuah adaptasi “kecepatan tinggi” dari model *waterfall*, di mana perkembangan pesat dicapai dengan menggunakan pendekatan konstruksi berbasis

komponen. Jika tiap-tiap kebutuhan dan batasan ruang lingkup proyek telah diketahui dengan baik, proses RAD memungkinkan tim pengembang untuk menciptakan sebuah “sistem yang berfungsi penuh” dalam jangka waktu yang sangat singkat. Satu perhatian khusus mengenai metodologi RAD dapat diketahui, yakni implementasi metode RAD akan berjalan maksimal jika pengembang aplikasi telah merumuskan kebutuhan dan ruang lingkup pengembangan aplikasi dengan baik.

RAD bertujuan mempersingkat waktu yang biasanya diperlukan dalam siklus hidup pengembangan system tradisional antara perancangan dan penerapan suatu system informasi. Pada akhirnya, RAD sama-sama berusaha memenuhi syarat-syarat bisnis yang berubah secara cepat.



Sumber: Kendall, 2010

**Gambar 1.1** Siklus RAD

### **Fase dan Tahapan Pengembangan Aplikasi**

Menurut Kendall (2010), terdapat tiga fase dalam RAD yang melibatkan penganalisis dan pengguna dalam tahap penilaian, perancangan, dan penerapan. Adapun ketiga fase tersebut adalah *requirements planning* (perencanaan syarat-syarat), *RAD design workshop* (*workshop* desain

RAD), dan *implementation* (implementasi). Sesuai dengan metodologi RAD menurut Kendall (2010),

Berikut ini adalah tahap-tahap pengembangan aplikasi dari tiap-tiap fase pengembangan aplikasi ;

1) *Requirements Planning* (Perencanaan Syarat-Syarat)

Dalam fase ini, pengguna dan penganalisis bertemu untuk mengidentifikasi tujuan-tujuan aplikasi atau system serta untuk mengidentifikasi syarat-syarat informasi yang ditimbulkan dari tujuan-tujuan tersebut. Orientasi dalam fase ini adalah menyelesaikan masalah-masalah perusahaan. Meskipun teknologi informasi dan system bias mengarahkan sebagian dari sistem yang diajukan, fokusnya akan selalu tetap pada upaya pencapaian tujuan-tujuan perusahaan (Kendall, 2010).

2) *RAD Design Workshop* (*Workshop* Desain RAD)

Fase ini adalah fase untuk merancang dan memperbaiki yang bias digambarkan sebagai *workshop*. Penganalisis dan pemrogram dapat bekerja membangun dan menunjukkan representasi visual desain dan pola kerjake pada pengguna. *Workshop* desain ini dapat dilakukan selama beberapa hari tergantung dari ukuran aplikasi yang akan dikembangkan. Selama *workshop* desain RAD, pengguna merespon prototipe yang ada dan penganalisis memperbaiki modul-modul yang dirancang berdasarkan respon pengguna. Apabila seorang pengembangnya merupakan pengembang atau pengguna yang berpengalaman, Kendall menilai bahwa usaha kreatif ini dapat mendorong pengembangan sampai pada tingkat terak selerasi (Kendall, 2010).

### 3) *Implementation* (Implementasi)

Pada fase implementasi ini, penganalisis bekerja dengan para pengguna secara intens selama *workshop* dan merancang aspek-aspek bisnis dan non teknis perusahaan. Segera setelah aspek-aspek ini disetujui dan sistem-sistem dibangun dan disaring, sistem-sistem baru atau bagi andari system diuji coba dan kemudian diperkenalkan kepada organisasi (Kendall, 2010).

## **1.6. SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan dijelaskan landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### **BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini yang berisikan tentang analisa sistem yang akan berjalan dengan menggunakan UML, kemudian analisa dengan menggunakan metode perhitungan yang telah ditentukan. Pada bab ini juga berisi uraian mengenai analisis kebutuhan yang meliputi perancangan tampilan dan teori-teori yang berkaitan dalam proses pembuatan perangkat lunak.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini mencakup hasil dan pembahasan dari perancangan sistem aplikasi E-commerce syariah dengan konsep CRM.