

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem informasi penjualan pembelian akan lebih efektif dan efisien dengan komputerisasi yang tepat. Sistem informasi penjualan dan pembelian mampu memberikan kecepatan pelayanan, pengolahan data yang akurat, sehingga data bisa langsung digunakan dan dilaporkan kepada atasan.

Sistem informasi pengolahan data dan CRM (*Customer Relationship Management*) untuk penjualan dan pembelian ini sebelumnya sudah banyak di buat, tetapi tempat dan program aplikasinya yang di gunakan berbeda-beda termasuk metode untuk menganalisa data. Adapun sistem informasi yang berkaitan dengan CRM, penjualan dan pembelian yang pernah di buat diantaranya adalah Judul penelitian mengenai sistem informasi akuntansi pembelian dan penjualan tunai pada toko besi "Cipta Putra" sukoharjo (Sulistiyowati, 2009). Dalam penelitian ini sistem aplikasi yang digunakan adalah microsoft visual Foxpro 8.0 dengan menerapkan sistem management database relationship (RDBMS). Dalam penelitian ini sistem yang dibuat mampu dalam menginputkan data atau menampilkan laporan penjualan, laporan pembelian, laporan buku besar, jurnal, neraca percobaan dan laporan keuangan.

Kemudian Judul penelitian berikutnya adalah sistem informasi akuntansi pembelian dan penjualan pada Minimarket Yomart di Ngawi (Wicaksono, 2011). Dalam penelitian ini sistem aplikasi yang digunakan adalah sistem informasi dengan menggunakan bahasa pemrograman

microsoft visual Foxpro 9.0. Dalam penelitian ini sistem yang dibuat mampu dalam menginputkan data atau menampilkan laporan penjualan, laporan pembelian, laporan jurnal umum dan laporan keuangan.

Judul penelitian berikutnya adalah sistem informasi penjualan dan pembelian tunai pada toko Salam (Hasanah, 2011). Dalam penelitian ini sistem aplikasi yang digunakan adalah microsoft visual Basic 6.0. Dalam penelitian ini sistem yang dibuat mampu dalam menginputkan data atau menampilkan laporan penjualan, laporan pembelian, laporan jurnal umum, buku besar dan laporan keuangan.

Judul penelitian berikutnya adalah sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian pada toko Sumber Usaha (Arini, 2011). Dalam penelitian ini sistem aplikasi yang digunakan adalah microsoft visual Foxpro 8.0. Dalam penelitian ini sistem yang dibuat mampu dalam menginputkan data atau menampilkan laporan penjualan, laporan pembelian, laporan jurnal, buku besar, laporan keuangan dan laporan fifo.

Adanya sistem CRM (*Customer Relationship Management*), maka diharapkan para pelaku bisnis dapat mengetahui bagaimana langkah-langkah atau cara-cara melayani konsumen, agar konsumen merasa puas sehingga keuntungan yang diperoleh semakin meningkat, karena apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan kita, maka secara otomatis konsumen tersebut akan membeli lagi, atau bahkan menjadi pelanggan tetap bagi bisnis kita.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Kalkota (2001), CRM diartikan sebagai satu kesatuan

penjualan, pemasaran dan strategi pelayanan yang mencegah terjadinya aktivitas pekerjaan yang tidak terkoordinasi antar bagian dengan baik dan itu tergantung pada aksi-aksi perusahaan yang terkoordinasi. CRM berkonsentrasi pada apa yang dinilai oleh pelanggan, bukan pada apa yang perusahaan ingin jual. Pelanggan tidak menginginkan diperlakukan secara sama. Akan tetapi mereka ingin diperlakukan secara individual. Namun, pada dasarnya CRM merupakan suatu cara untuk menganalisa perilaku pelanggan yang dimiliki perusahaan, dimana melalui hasil analisa tersebut, perusahaan dapat menentukan cara bagaimana agar dapat melayani para pelanggannya secara lebih personal, sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Sasaran utama CRM bukan terletak pada kepuasan pelanggan, tetapi lebih mengarah pada loyalitas pelanggan. Maksudnya adalah agar pelanggan tidak hanya puas saat memakai produk perusahaan, melainkan meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan, (Strene, 2000).

Sasaran dari kerangka kerja bisnis CRM adalah menggunakan hubungan yang ada untuk meningkatkan penghasilan, menggunakan informasi yang terintegrasi untuk pelayanan yang baik, memperkenalkan konsisten, proses dan prosedur *chanel* yang *replicable*. (Kalakota, 2001).

Penggunaan metode RFM juga pernah menjadi bahan penelitian dalam studi kasus pengelolaan data mentah pelanggan menggunakan analisis berbasis RFM (*recency, frequency, monetary*) untuk memprediksi tingkat

loyalitas pelanggan (*customer lifetime value*). Metode perhitungan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) diaplikasikan untuk menentukan bobot relatif variabel RFM (Safiria, 2013).

Metode RFM juga pernah dilakukan dalam penelitian tentang Metode RFM untuk menentukan *Best Customer* (Eko, 2011), yang membahas tentang konsep RFM yang dapat digunakan untuk mencari siapa pelanggan yang terbaik dalam suatu perusahaan di dalam ilmu manajemen pemasaran pada dunia internet (*website*).

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan

Item perbandingan	Hassanah(2011)	Eko (2011)	Andri* (2014)
Judul	Sistem informasi penjualan dan pembelian tunai pada toko Salam	Penentuan <i>Best Customer</i> dengan Analisis RFM	Pembangunan Sistem Informasi Penentuan <i>Best Customer</i> dengan Metode RFM
Identifikasi Pelanggan Terbaik	X	✓	✓
Pengelolaan Produk	✓	X	✓
Pengelolaan Pegawai	✓	X	✓
Pengelolaan Transaksi Penjualan	✓	X	✓
Pengelolaan Transaksi Pembelian	✓	X	✓
Pengelolaan Pelanggan	X	✓	✓
Pengelolaan <i>Supplier</i>	X	X	✓
Berbasis	Desktop	Website	Desktop

* Sedang dalam proses pembuatan tugas akhir