

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Penelitian di bidang *Customer Relationship Management* (CRM) telah dilakukan sejak tahun 1980-an. Pada saat itu bisnis mulai memanfaatkan database untuk tujuan pemasaran. Ini adalah awal dari sebuah program saat CRM disederhanakan. Gelombang pertama solusi CRM yang tengah digunakan banyak perusahaan besar saat ini berasal dari perusahaan, seperti *Clarity*, *Onyx Software*, *Oracle*, dan *Siebel Systems* yang saat ini berkembang menjadi sangat besar.

Semua perusahaan tersebut menyediakan solusi dalam bentuk paket yang berfokus pada otomatisasi dan standarisasi proses internal yang berhubungan dengan mencari, melayani, dan menjaga keberadaan para pelanggan. Proses itu mulai dari mendapatkan petunjuk pemasaran hingga membuat pedoman bagi perusahaan untuk menciptakan loyalitas terhadap pelanggan untuk memberikan pelayanan dan dukungan yang konsisten bagi macam produk dan divisi perusahaannya yang dikenal dengan CRM (*Customer Relationship Management*) mengatasi permasalahan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

Pada pertengahan tahun 90-an, terjadi bom internet dan khususnya web. Dengan keadaan itu, Tuntutan bisnis yang berhubungan dengan pelanggan, berubah seluruhnya. Penerimaan internet yang luas tidak hanya berarti bahwa para pelanggan yang telah ada dan pelanggan potensial memiliki sebuah cara lain untuk berinteraksi dengan perusahaan semakin besar. Hal itu juga berarti bahwa arsitektur *client/ server* yang berada sangatlah dibutuhkan penerapan CRM (*Customer Relationship Management*).

Sebagai sebuah masa yang menandai kemenangan konsumen dan pemasar (*marketer*). Konsumen mendapatkan hak-nya untuk menentukan siapa yang dapat berhubungan dengan mereka dan caranya. Pemasaran berdasarkan izin (*permission based marketing*) dan dianggap sebagai cara untuk mengurangi pesan yang mengganggu dan tak bertanggung jawab (*spam*) telah masuk ke dalam kamus pemasaran yang tak pernah berhenti berkembang. Pada tahun 2000, ketika industri dotcom mencapai ketinggian yang menakjubkan, diagung-agungkan

sebagai cara baru dalam melakukan usaha. Internet dan *e-Commerce* menjanjikan kekayaan instant bagi siapa saja yang cukup lihai untuk mendapatkan *venture capital* yang menggiurkan. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) menggunakan Internet dan Website merupakan sarana yang baik perusahaan (Handen, 2000, dan Newell, 2000).

Tujuan perusahaan umumnya adalah memperoleh *profit*. Banyak cara dan *strategi* yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Hampir sebagian besar dunia bisnis mengandalkan kekuatan pemasaran mereka untuk mencapai *profit* yang besar, namun bukan hal mudah untuk melaksanakannya karena faktor seperti komitmen dari manajemen, karyawan, perusahaan, dan loyalitas konsumen menjadi penentu tujuan perusahaan tersebut. Semakin berkembangnya persaingan mendorong perusahaan dalam industri apapun untuk menerapkan suatu terobosan atau langkah baru mencapai profit dengan lebih mudah dalam berkomunikasi langsung terhadap pelanggan.

CRM dapat diterapkan di perusahaan dalam bidang apapun. Baik perusahaan di bidang penjualan barang dan jasa, perhotelan, perbankan, pendistribusian, dan lain-lain. Salah satu penerapan CRM adalah pada perusahaan. Dengan adanya pertumbuhan pelanggan yang pesat Istana Pondok Durian Istana Pondok Durian Jl. MAN 1 Candimas, Gg. Delima Permai 4, No.37. Kotabumi, Lampung Utara, Provinsi Lampung yang baru berkembang memiliki cabang di Bandar Lampung mengalami kesulitan dalam pelayanan kepada para pelanggan yaitu keterbatasan interaksi antara perusahaan dengan pelanggannya.

Dalam beberapa permasalahan, permintaan konsumen menjadi kunci tercapainya tujuan tersebut. Hal ini digambarkan seperti dengan konsumen melakukan pembelian pertama pada suatu produk tertentu dengan harga terjangkau, kualitas terjamin, dan pelayanan yang memuaskan maka konsumen akan kembali membeli produk tersebut dan dampaknya dalam jangka panjang.

Saat ini Istana Pondok Durian belum memiliki data lebih spesifik terkait dengan karakter setiap pelanggan, sehingga manajemen Istana Pondok Durian belum mampu memberikan penawaran promo maupun layanan khusus terhadap pelanggan itu karena tidak memiliki data yang lengkap. mulai adanya usulan ini adalah mulai mendata kebiasaan pelanggan terhadap produk tertentu. hal penting

dalam pencapaian *profit* adalah bagaimana langkah awal perusahaan menentukan harga dan *segment* pasarnya serta komunikasi selanjutnya terhadap konsumen sehingga loyalitas dalam jangka waktu panjang.

Perusahaan ini belum memiliki media yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (seperti berkomunikasi langsung kepada penjual) sehingga terkadang perusahaan mengalami kesulitan untuk memberikan layanan yang maksimal kepada pelanggan. contohnya seperti menginformasikan promosi, produk baru, dan sebagainya perusahaan membutuhkan *data record* atau *data history* untuk mengetahui kebiasaan pelanggan.

Penerapan CRM menggunakan teknologi *website* merupakan sarana dalam bentuk aplikasi komputer yang memanfaatkan koneksi internet tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu sangat cocok dalam membantu penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) bagi perusahaan dalam mencapai loyalitas pelanggan. Berbagai fasilitas telah diberikan oleh teknologi *website* yang mendukung layanan penjualan dan promosi pemasaran dalam ruang lingkup yang lebih luas.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, untuk itu dikenalkan sebuah sistem yang bernama CRM (*Customer Relationship Management*). *Webside* berbasis CRM ini bertujuan untuk menghasilkan suatu webside yang berbasis internet yang interaktif, Istana Pondok Durian belum memiliki strategi yg tepat untuk memberikan hubungan yang baik dengan pelanggan yang ada dan seterusnya, serta hal ini akan meningkatkan keuntungan dari penjualan.

Oleh sebab itu, dilakukanlah penelitian di bidang CRM untuk Istana Pondok Durian dengan judul “PENERAPAN *SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI ISTANA PONDOK DURIAN” Guna untuk meningkatkan penjualan dari Istana pindok durian.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dalam penelitian mempunyai batasan masalah sebagai berikut:

1. Analisis terhadap pelayanan dengan memberikan pertanyaan ke konsumen dengan menggunakan media komunikasi berbasis internet.
2. Analisis terhadap kebutuhan pelanggan.

3. Perancangan webside CRM untuk Istana Pondok Durian yang dapat dimanfaatkan oleh calon pelanggan seperti registrasi pelanggan baru secara online, konfirmasi keanggotaan, informasi mengenai promosi produk-produk yang dijual serta penyampaian komentar atau pertanyaan.
4. Perancangan aplikasi CRM Istana Pondok Durian yang dapat di manfaatkan oleh pelanggan seperti pemesanan secara *online*, konfirmasi pesanan yang dilakukan, menu menu *favorit*, menu pilihan.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dari latar belakang diatas, maka dirumuskanlah permasalahan yang terjadi pada Istana Pondok Durian antara lain:

1. Strategi bisnis apa yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaring pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama?
2. Bagaimana membuat *webside* yang *interaktif* dengan CRM yang *user friendly* dan menarik sehingga mempermudah pelanggan untuk mengaksesnya?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari skripsi ini adalah menghasilkan analisis dan rancangan CRM. Sedangkan tujuan khususnya adalah menghasilkan:

1. Analisis masalah hubungan layanan dengan pelanggan yang dihadapi perusahaan.
2. Analisis kebutuhan layanan yang akan diberikan perusahaan kepada pelanggan dan merancang aplikasi CRM untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Sistem CRM (*Customer Relationship Management*) berbasis *website*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian adalah:

1. Memberikan gambaran menyeluruh mengenai analisis dan perancangan CRM (*Customer Relationship Management*).

2. Dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian CRM di bidang pemasaran.
3. Dengan menggunakan strategi bisnis CRM dapat memudahkan perusahaan dalam menyediakan informasi dan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara garis besar penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dan mendukung penelitian serta penulisan skripsi ini yang akan dilakukan oleh penulis/peneliti.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dijelaskan tentang metodologi penelitian penyelesaian masalah yang dijelaskan di perumusan masalah yang meliputi metode pengumpulan data, metode pengembangan sistem, serta alat dan bahan pendukung.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dibahas tentang hasil penelitian yang berupa aplikasi yang dibangun, termasuk cara pengoperasiannya.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan dari seluruh pembahasan dan saran yang diperlukan untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**