

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan teknologi informasi saat ini sebagai media perantara untuk memperoleh atau bertukar suatu informasi lebih banyak digunakan. Contohnya internet, dengan adanya internet semua bisnis dapat berkembang dengan pesat sehingga mampu membantu dalam menyebarkan informasi, promosi, dan meningkatkan penjualan dan juga sebagai sarana komunikasi dua arah antara produsen dengan konsumen.

Usaha pemasaran untuk menciptakan hubungan dan menjaga konsumen lebih dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management (CRM)*. Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)*, dengan tujuan utama Customer Relationship Management yaitu meningkatkan loyalitas konsumen ke perusahaan. Dengan loyalitas konsumen yang baik maka kelangsungan bisnis masa depan bisa berlanjut.

Kerja Praktek merupakan salah satu sarana mahasiswa untuk mengaplikasikan antara ilmu-ilmu di perkuliahan dengan dunia kerja serta dengan kerja praktek ini dapat melihat permasalahan yang terjadi sehingga dengan kerja praktek tersebut kita juga dapat dan mampu memuaskan dari permasalahan yang berhasil ditemui serta memberikan gagasan dan masukan.

Divisi Pemasaran merupakan yang berkewajiban dalam memasarkan produk dan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga mampu menarik dan mampu mempertahankan konsumen.

Walk in merupakan salah satu sistem pemasaran yang dilakukan dengan cara mengundang konsumen agar mendatangi kantor pemasaran dengan

menyuguhkan pelayanan yang baik sehingga mampu menarik konsumen agar terjadinya proses Dealing atau Closing.

Kelemahan sistem pemasaran yang dilakukan dengan cara canvassing dengan menyebarkan flyer dan brosur yaitu kemungkinan besar flyer dan brosur hilang dan akan terbuang, sehingga belum begitu efektif menambah Walk In dikarenakan kurang menjangkau pangsa pasar yang luas, baik konsumen yang berada didalam kotamaupun luar kota. Sehingga hanya sedikit yang mengetahui adanya Springhill Bandar Lampung. Selain itu, flyer dan brosur yang sudah disimpan oleh konsumen kemungkinan belum adanya Uptodate mengenai informasi terbaru. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sistem informasi yang mendukung proses pemasaran dan penjualan menggunakan *Customer Relationship Management*(CRM), melalui teknologi internet.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis dianjurkan mengangkat judul **“E-CRM PROMOSI PROPERTY PADA BAGIAN PEMASARAN DI SPRINGHILL BANDAR LAMPUNG”**.

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP

Praktek kerja ini dilaksanakan di Springhill Bandar Lampung yang terletak di Jalan Imam Bonjol KM 11, Kemiling, kota Bandar Lampung yang dimulai tanggal 14 february 2019 – 14 Maret 2019.

Saya ditempatkan Pada bagian Divisi Pemasaran yang dipimpin oleh Alfi Sahri selaku koordinator Pemasaran .

1.3 Manfaat dan Tujuan Penelitian

Berikut ini akan dijelaskan tentang tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.

1.3.1 Manfaat penelitian

A. Bagi Peneliti :

Sebagai penerapan ilmu yang telah didapatkan selama belajar di INFORMATICS AND BUSINESS INSTITUTE DARMAJAYA.

B. Bagi Springhill Bandar Lampung :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa penggunaan sistem informasi E-CRM Promosi Property pada bagian Pemasaran dapat menjadi media untuk menjangkau konsumen dalam jangkauan luas dan mampu menyampaikan berbagai jenis informasi yang lebih luas mengenai Springhill Bandar Lampung, sehingga mampu menarik, mempertahankan konsumen dan meningkatkan penjualan bagi Springhill Bandar Lampung. Selain itu diharapkan dapat membantu bagian Pemasaran atau Marketing dalam pemasaran secara Efektif dan Efisien.

C. Bagi Konsumen :

Dengan adanya sistem informasi E-CRM pada bagian Pemasaran dapat memberikan kemudahan konsumen untuk mendapatkan informasi yang cepat, tepat, terbaru tentang Springhill Bandar Lampung. Selain itu, dapat mempermudah proses Closing sehingga konsumen tidak perlu mendatangi kantor pemasaran.

D. Bagi Kampus IIB Darmajaya :

Dengan adanya proses pelaksanaan praktek kerja bagi para mahasiswa, pihak kampus juga dapat mengambil beberapa manfaat sebagai berikut :

- Meningkatkan proses mutu pendidikan dan pelatihan tenaga kerja yang berkualitas.
- Menyiapkan keterampilan dan pengalaman dunia kerja bagi mahasiswa sebagai bagian dari proses kerja.

1.3.2 Tujuan Penelitian :

1. Memenuhi tugas dalam program Kerja Praktek
2. Membantu bagian pemasaran atau marketing dalam pemasaran secara efektif dan efisiensi.
3. Dengan adanya Sistem informasi E-CRM Promosi Property pada bagian pemasaran dapat mempermudah konsumen dalam mencari informasi Springhill Bandar Lampung, mempermudah proses closing hingga selesai.

1.4 Waktu Dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama satu bulan dimulai dari tanggal 14 Februari 2019 sampai tanggal 14 Maret 2019. Waktu pelaksanaan penelitian sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh instansi yang bersangkutan mulai pukul 08.30-18.00 WIB.

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan kerja praktek dilaksanakan di Springhill Bandar Lampung Jalan Imam Bonjol KM 11, kemiling Bandar Lampung.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan kerja praktek ini dibagi dalam 5 bagian, masing-masing dalam sub bagian, diantaranya :

Bab I. Pendahuluan :

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP
- 1.3 Manfaat dan Tujuan Penelitian
- 1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan
- 1.5 Sistematika Penulisan

Bab II. Gambaran Umum Perusahaan

2.1 Sejarah Perusahaan

2.2 Visi dan Misi

2.3 Bidang Usaha/ Kegiatan Utama Perusahaan

2.4 Lokasi Perusahaan

2.5 Struktur Organisasi

Bab III. Permasalahan Perusahaan

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

3.1.1 Temuan Masalah

3.1.2 Perumusan Masalah

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

3.2 Landasan Teori

3.2.1 Pengertian Teori

3.3 Metode yang digunakan

3.4 Rancangan Program

Bab IV. Hasil dan Pembahasan

Bab V. Kesimpulan dan Saran

Lampiran :

Bukti kegiatan (Foto dan Media Promosi)