

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang ketat saat ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi pada saat sekarang ini membuat perusahaan harus menyadari dengan cermat target pasar yang ditujunya dan tingkat kualitas produk atau jasanya. Selain itu, faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah tingkat *value* yang mampu diberikan kepada pelanggan dan cara memperlakukan pelanggan dari hari ke hari.

Toko Alaska merupakan salah satu tempat penjualan alat kosmetik di Bandar Lampung, yang menjual berbagai macam jenis alat kosmetik. Dalam proses pemasaran toko alaska sudah menggunakan website pelanggan bisa mengunjungi situs <https://toko-alaska-grosir-kosmetik.business.site/#gallery> akan tetapi didalam website tersebut hanya menyediakan informasi kontak, produk yang dijual toko alaska pelanggan belum bisa memesan atau membeli produk secara langsung hal tersebut mengurangi minat pelanggan untuk berkunjung ke website tersebut. Jika dilihat dari aspek pemasaran, sejak Januari 2020 hingga Mei 2020 jumlah pelanggan mengalami penurunan yang tidak menentu (Pemilik Toko Alaska). Hal ini diakibatkan oleh semakin banyaknya tempat penjualan alat kosmetik yang memiliki potensi yang sama. Penurunan minat pelanggan tersebut membuat pemasukan atau keuntungan penjualan tidak dapat mencapai target penjualan beberapa tahun terakhir. Berikut ini adalah tabel pendapatan periode Januari 2020 – Mei 2020.

Tabel 1.1 Tabel Pendapatan Toko Alaska
Periode Januari 2020 – Mei 2020

Bulan (2020)	Pendapatan (Juta)
Januari	28750
Februari	26850
Maret	25490
April	24854
Mei	23.150

Sumber : Pemilik Toko Alaska

Untuk menghadapi masalah penurunan pendapatan Toko Alaska harus meningkatkan layanan terhadap pelanggan, mengembangkan media promosi dan meningkatkan pemasaran yang lebih luas. Layanan terhadap pelanggan seperti pemberian discount dan kualitas produk ataupun fasilitas yang ditawarkan Toko Alaska terhadap pelanggan akan mempengaruhi minat pelanggan untuk datang ke Toko Alaska selain itu toko Alaska harus bisa mengetahui kekurangan yang menjadi keluhan para pelanggan agar mampu diperbaiki nantinya. Mengetahui secara benar tingkat kepuasan pelanggan dalam layanan penjualan, akan bermanfaat bagi Toko Alaska dalam mengevaluasi kualitas layanan dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan atau perbaikan, sehingga kemungkinan beralihnya pelanggan ke tempat lainnya dapat teratasi. Selain kepuasan pelanggan media promosi yang digunakan pada akhirnya akan memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap kemajuan perusahaan.

Oleh karena itu, seiring berkembangnya teknologi informasi, maka perlu diterapkan suatu strategi yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan suatu produk teknologi komunikasi informasi yang dapat membantu usaha ini menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan *marketing* dan *customer support*, serta dapat menunjang pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer*

Relationship Management (CRM). CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan *client* sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan.

Dari uraian di atas maka dalam penelitian ini akan mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Tugas Akhir dengan judul **“PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA TOKO ALASKA”**. Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat menambah pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan serta lebih memudahkan dalam pengolahan data pelanggan. Sistem ini juga nantinya memiliki hak akses yaitu berupa nama pelanggan dan kata sandi yang dapat digunakan untuk semua pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka penulis merangkum beberapa rumusan masalah yang akan di bahas yaitu:

- a. Bagaimana mengembangkan sistem informasi untuk penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di Toko Alaska.
- b. Bagaimana Mengembangkan sebuah sistem yang sudah ada untuk menganalisa tingkat kepuasan pelanggan terhadap Toko Alaska agar bisa mengetahui kekurangan yang harus diperbaiki Toko Alaska.
- c. Bagaimana menyediakan media promosi bagi Toko Alaska agar diketahui pelanggan lebih luas.

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Toko Alaska
- b. Menyediakan media promosi agar diketahui pelanggan lebih luas.
- c. Membangun dan menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan agar :

- a. Memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi terbaru mengenai produk maupun layanan.
- b. Memudahkan pelanggan dalam membeli produk kosmetik pada Toko Alaska
- c. Memudahkan pelanggan dalam menyampaikan saran, kritik dan pertanyaan.
- d. Memudahkan Toko Alaska dalam menganalisa tingkat kepuasan pelanggan.
- e. Membantu Toko Alaska dalam mempromosikan produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian yang dibutuhkan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penyusunan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang terkait dengan masalah yang diteliti, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari metode penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sample, teknik analisis data, uji persyaratan analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai garis besar tentang responden penelitian dari deskripsi data, hasil uji persyaratan instrumen, hasil uji persyaratan analisis

data, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan. Isi dari bab ini meliputi gambaran subyek penelitian dan analisis data.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian. Isi dari bab ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.