

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi saat ini semakin ketat. Diikuti dengan pesatnya perkembangan teknologi, sistem informasi, dan ilmu pengetahuan mengakibatkan para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kemampuan dan keunggulan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada. Dengan adanya *Customer Relationship Management (CRM)*, hubungan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan diharapkan dapat lebih maksimal.

Mebel jati ukir jepara H. Rachmat merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan furniture di Bandar Lampung. Adapun jenis produk furniture yang di produksi yaitu kursi, meja, dan lemari. Pada saat ini rata-rata penjualan furniture pada mebel per hari 1 barang dan di hari libur bisa mencapai 3 barang. Mebel ini buka setiap hari mulai pukul 08:00- 19:00 Wib. Permasalahan yang ditemukan pada mebel jati ukir jepara H. Rachmat yaitu belum menerapkan sistem Customer Relationship Management (CRM) sehingga pihak mebel tidak dapat mengetahui kepuasan pelanggan. Proses penjualan dan pemesanan furniture pada Mebel jati ukir jepara H. Rachmat sistem penjualan belum dilakukan secara terkomputerisasi yaitu pembeli datang langsung ke mebel untuk melakukan pembelian, sehingga membuat penjualan tersebut kurang maksimal. Dengan pemasaran semacam ini, menyebabkan peluang untuk mendapatkan calon pelanggan secara maksimal tidak terpenuhi dan hal ini sangat disayangkan mengingat produk furniture sudah dikenal di berbagai daerah di luar Lampung. Penyebaran informasi yang tidak efektif membuat pelanggan tidak mengetahui informasi-informasi terbaru sehingga mempengaruhi pelanggan untuk beralih ke tempat lain. Belum adanya sistem yang dapat menghubungi para pelanggan setelah melakukan pembelian produk sehingga pelayanan terhadap pelanggan baru

dan pelanggan lama di anggap sama. Dampaknya para pelanggan mencari perusahaan baru yang lebih memperhatikan pelanggannya. Perusahaan belum mempunyai wadah untuk menampung testimoni dan keluhan pelanggan sehingga sulit untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan sulit mencari data per pelanggan. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu sarana yang dapat menjaga hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi yang dimaksudkan untuk menjaga dan mengembangkan hubungan yang lebih dekat antara perusahaan dengan pelanggan. Penerapan strategi *CRM* diawali dengan mengidentifikasi pelanggan yang ada, mengumpulkan seluruh informasi tentang pelanggan, mengelompokkan pelanggan berdasarkan nilai pelanggan, dan mengetahui kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan. Perusahaan juga harus berinteraksi dengan pelanggan untuk tetap menjalin hubungan, sehingga perusahaan dapat memahami bagaimana memperlakukan setiap pelanggan dengan cara yang berbeda – beda dan disesuaikan dengan pelanggannya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **RANCANG BANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK MENINGKATKAN LAYANAN PELANGGAN PADA MEBEL JATI UKIR JEPARA H. RACHMAT**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan penelitian, berikut adalah rumusan masalah, Bagaimana merancang customer relationship management (crm) untuk meningkatkan layanan pelanggan pada mebel jati ukir jepara H. Rachmat

1.3 Ruang Lingkup

a. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian di mulai pada Bulan Oktober 2019 yang bertempat di mebel jati ukir jepara h. Rachmat

b. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi pada proses pemesanan, pengiriman, kuisisioner, pengaduan pelanggan dan menghubungi pelanggan mebel jati ukir jepara h. Rachmat menggunakan metode *Customer relationship management (CRM)*

1.4 Tujuan Penelitian

1. Membangun sistem untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan
2. Merancang system *crm* yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan.
3. Membangun sistem yang dapat melayani keluhan pelanggan
4. Membangun sistem yang dapat meminta feedback kepada customer

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini yaitu :

1. Adanya sistem yang mempermudah pihak mebel dalam pengambilan keputusan masa yang akan datang dengan mengetahui kepuasan pelanggan.
2. Memberikan kemudahan pada bagian pemesanan produk furniture dalam mengolah data penjualan dan pembuatan laporannya.
3. Mempermudah customer karena dapat memesan produk furniture secara online.
4. Adanya media yang berupa sistem informasi berbasis *crm* ini dapat mempermudah pengolahan data dan sebagai wadah dalam menangani pengaduan pelanggan.

5. Memberikan informasi mengenai pengiriman paket pelanggan.
6. Meningkatkan sistem kerja perusahaan dan mengelola hubungan baik dengan pelanggan.
7. Dapat menjaga hubungan customer dengan perusahaan
8. Dapat meminta keluhan

Manfaat bagi peneliti yaitu :

1. Dapat memahami Sistem Pelayanan pada mebel jati ukir jepara h. Rachmat
2. Menambah wawasan penulis tentang *CRM*
3. Memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar Strata Satu (S1) pada fakultas ilmu komputer jurusan sistem informasi IBI Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan ini diharapkan agar pembaca dan pihak- pihak yang berkepentingan dapat dengan mudah memahami isi laporan. Adapun sistematika penulisan laporan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Ruang lingkup, Manfaat dan Tujuan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai pengertian *CRM*, tahapan *CRM* , tujuan *CRM* serta beberapa pengertian *DFD*, kamus data dan lain sebagainya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang objek penelitian, teknik pengumpulan data, bahan dan alat penelitian, identifikasi dan analisa masalah, perancangan sistem dan kerangka pemecahan masalah.

BAB IV PERANCANGAN DAN PEMBAHASAN SISTEM

Berisi tentang Implementasi sistem kelebihan dan kekurangan program

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan laporan dan saran saran untuk dapat di kembangkan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

