

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia teknologi saat ini, berperan penting dalam meningkatkan kualitas perusahaan dari segi pelayanan maupun produk. Suatu perusahaan dikatakan mampu bersaing karena telah memberikan layanan terbaik bagi konsumen sehingga menghasilkan loyalitas oleh konsumen untuk tetap bertransaksi dengan perusahaan (Amatullah *et al.*, 2018). Persaingan bisnis maupun usaha tentunya memiliki strategi untuk mewujudkan target perusahaan dan mendapatkan laba sebanyak-banyaknya. Beberapa strategi yang biasa dilakukan oleh perusahaan seperti pemberian promosi atau diskon sehingga dapat menarik minat konsumen, akan tetapi faktor penting untuk mendapatkan loyalitas konsumen maupun pelanggan tidak hanya terletak pada strategi tersebut, tetapi faktor utama yang lain adalah dari segi pelayanan kepada konsumen (Kosasi, 2015).

Berkaitan dengan pelayanan konsumen, tentunya perusahaan harus mampu menerapkan manajemen pelayanan bagi konsumen sehingga ketidaknyamanan atau keinginan konsumen atas produk yang diinginkannya akan mendapatkan kepuasan dari pihak perusahaan. Manajemen pelayanan dalam perusahaan dapat disebut sebagai *Customer Relationship Management (CRM)* yaitu keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul (Kotler and Armstrong, 2017). Beberapa contoh yang dapat diterapkan sebagai bentuk manajemen hubungan pelanggan dalam suatu layanan yaitu pemberian fitur komplain dan *broadcast email promotion* yang bertujuan untuk memberikan *reminder* terhadap pelanggan mengenai produk-produk terbaru maupun promosi (Zakaria and Marlia, 2019). Beberapa hal tersebut mampu memberikan dampak kepada konsumen dan perusahaan untuk saling memahami kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. CRM memberikan kemudahan dalam mengelola data

pelanggan dan menarik calon pelanggan baru melalui fasilitas yang komunikatif dan interaktif secara *online* (Kosasi, 2015).

PT Proteindotama Cipta Pangan merupakan salah satu perusahaan di bidang penjualan produk olahan perlengkapan kuliner seperti cemilan maupun masakan yang didasarkan kepada bahan baku seafood. Perusahaan tersebut berlokasi pada Kl. Kol. Makmum Rasyit Candi Girang Kalianda. Kab. Lampung Selatan dan memiliki jumlah transaksi perhari mencapai lebih dari 300 pelanggan tentunya perusahaan tersebut merupakan salah satu yang diminati oleh masyarakat khususnya wilayah Kalianda. Dengan banyaknya pelanggan tersebut, bagi perusahaan penting sekali menerapkan suatu layanan kepada konsumen untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen saat ini. Mengenai layanan bagi perusahaan salah satunya adalah proses komplain yang dilakukan oleh konsumen terkait produk dan pelayanan pihak perusahaan. Beberapa komplain yang dilakukan kepada perusahaan yaitu komplain mengenai produk yang di beli rusak maupun sudah *expired* serta ketidak sesuai produk yang di beli, akan tetapi ketika akan melakukan komplain media yang digunakan adalah telepon, diketahui bahwa proses tersebut di rasa kurang efektif sebaba nomor telepon terkadang sedang sibuk. Untuk jangka yang akan datang hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian karena perusahaan dapat kehilangan banyak pelanggan karena ketidak puasan mereka dalam segi pelayanan komplain. Layanan berikutnya yang menjadi kesulitan bagi konsumen adalah melihat ketersediaan barang yang ingin di beli, seperti spesifikasi maupun jumlah stok, dilihat dari segi pemasaran perusahaan hanya menerapkan secara *offline* dengan datang langsung ke toko sehingga tidak memiliki manajemen data produk dengan baik yang mengakibatkan perusahaan kesulitan untuk memberikan informasi ketersediaan produk. Permasalahan berikutnya juga belum tersedianya fitur yang mempermudah melakukan percakapan secara *live* pada admin perusahaan sehingga sangat penting untuk menerapkan layanan seperti *live chatting* yang terhubung ke *whatsapp* dan informasi FAQ untuk membantu pelanggan mendapatkan informasi dari pertanyaan yang diinginkan pelanggan, oleh sebab itu penerapan CRM pada

perusahaan tidak hanya dari segi produk akan tetapi juga dari segi pelayanan yang harus tetap di optimalkan.

Berdasarkan beberapa permasalahan tersebut peneliti memberikan usulan solusi yaitu merancang dan membangun suatu sistem dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) dengan tujuan utama adalah mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memahami kebutuhan pelanggan, baik pelanggan lama maupun pihak yang berpotensi untuk menjadi pelanggan dan mengantarkan mereka pada loyalitas (Pratama, 2019). Untuk mempermudah penerapan konsep CRM maka dikembangkan menggunakan media *mobile* yang merupakan teknologi *smartphone* dan terkoneksi melalui jaringan *internet* serta dapat dioperasikan melalui beberapa perangkat *smartphone* lain seperti *android*, *TAB*, *Ipad* maupun *Iphone*. Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 pengguna terbanyak pengguna layanan internet salah satunya adalah *smartphone* dengan persentase 93,9%, hal tersebut menjadi peluang kemudahan akses bagi konsumen untuk mendapatkan informasi. Beberapa fitur layanan yang dikembangkan yaitu proses komplain maupun pencarian informasi produk dan fitur *live chat* untuk memberikan bantuan pertanyaan bagi konsumen seputar layanan maupun produk.

1.2 Ruang Lingkup

Dari latar belakang permasalahan diatas, ruang lingkup dalam penelitian ini adalah :

1. Belum tersedianya fitur layanan komplain pelanggan mengakibatkan perusahaan tidak dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan kategori produk yang paling di minati sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Informasi produk yang dilakukan secara *offline* membuat perusahaan mengalami kesulitan dalam memberikan informasi produk dan ketersediaan stok, oleh sebab itu fitur informasi produk perlu dikembangkan sehingga konsumen dapat dengan mudah melihat detail produk secara *online*.
3. Beberapa hal yang ingin ditanyakan seputar kepuasan layanan maupun produk yang diinginkan menjadi salah satu keinginan konsumen. Dengan

media telepon untuk bertanya di rasa kurang efektif dengan kesibukan pihak perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu merancang dan membangun sistem *Customer Relationship Management (CRM)* menggunakan *mobile* pada PT Proteindotama Cipta ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian yaitu menghasilkan sistem *Customer Relationship Management* untuk memudahkan mengelola data pelanggan dan melihat informasi kepuasan pelanggan dan komplain pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan dapat dibagi menjadi dua yaitu :

1. Perusahaan

Pengembangan sistem tersebut memberikan manfaat bagi perusahaan untuk mengelola data pelanggan lama maupun memperoleh calon pelanggan dengan memberikan fitur informasi produk dan layanan komplain pelanggan.

2. Konsumen

Adanya fitur informasi produk, komplain dan *live chat* memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pengaduan atau komplain terhadap layanan maupun komplain pelanggan dengan menggunakan media *mobile*.