

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.

Kopi Ketje merupakan salah satu tempat penjual kopi terbesar di Lampung, yang menjual berbagai macam jenis kopi. Dalam proses pemasaran kopi masih menggunakan cara konvensional yaitu melalui brosur, banner atau mulut ke mulut yang membutuhkan biaya dan proses yang cukup lama dalam menarik konsumen. Jika dilihat dari aspek pemasaran, sejak Januari 2019 hingga Mei 2019 jumlah pelanggan mengalami penurunan yang tidak menentu (Pemilik Kopi Ketje). Hal ini diakibatkan oleh semakin banyaknya tempat penjual kopi yang memiliki potensi yang sama. Penurunan minat pelanggan tersebut membuat pemasukan atau keuntungan penjualan kopi tidak dapat mencapai target penjualan beberapa tahun terakhir. Berikut ini adalah tabel pendapatan periode Januari 2019 – Mei 2019.

Tabel 1.1 Tabel Pendapatan Kopi Ketje

Periode Januari 2019 – Mei 2019

Bulan (2019)	Pendapatan (Juta)
Juni	28.750
Juli	26.850
Agustus	25.490
September	24.854
Oktober	23.150

Sumber : Pemilik Kopi Ketje

Untuk menghadapi masalah penurunan pendapatan Kopi Ketje harus meningkatkan layanan terhadap pelanggan dan meningkatkan promosi/pemasaran yang lebih luas. Layanan terhadap pelanggan seperti pemberian *discount* dan kualitas kopi ataupun fasilitas yang ditawarkan kopi ketje terhadap pelanggan akan mempengaruhi minat pelanggan untuk datang ke kopi ketje. Mengetahui secara benar tingkat kepuasan pelanggan dalam layanan penjualan, akan bermanfaat bagi para petani kopi ketje dalam mengevaluasi kualitas layanan dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan atau perbaikan, sehingga kemungkinan beralihnya pelanggan ke tempat petani kopi 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 KOPI KETJE***”. 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 merancang sistem informasi untuk penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* di kopi ketje.
- b. Bagaimana Mengimplementasikan peningkatan layanan kebutuhan pelanggan dalam system *Customer Relationship Management (CRM)*.

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menggunakan informasi yang lengkap untuk memberikan pelayanan yang memuaskan
- b. Mengetahui dan menganalisis sistem informasi pemasaran Kopi Ketje
- 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 menyampaikan saran, kritik dan pertanyaan.
- c. Memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian produk.
- d. Membantu Kopi Ketje dalam pengelolaan dan penyimpanan data produk, data pelanggan dan data promosi.
- e. Memberikan kemudahan kepada pihak Kopi ketje dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

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.