

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 konsumen dan tingkat kepuasan konsumen 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 konsumen dan cara memperlakukan konsumen dari hari ke hari.

Munthe Printing merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa printing seperti *banner*, brosur, *stiker*, dan lain lain. Munthe Printing beralamat di perumahan Tanjung Senangblok C No. 7 Bandar Lampung. Untuk konsumen yang ingin menggunakan jasa Munthe Printing bisa langsung datang ke Munthe Printing, akan tetapi proses tersebut dirasa kurang *efisien* karena membutuhkan waktu yang cukup lama dan belum semua konsumen mengetahui lokasi Munthe Printing. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap minat menggunakan jasa printing. Munthe Printing harus melakukan observasi dengan cara menyebarkan Kuesioner kepada para konsumen yang datang ke Munthe Printing ataupun masyarakat sekitar.

Teknologi informasi menjadi aspek yang sangat vital, terutama dalam kegiatan promosi dan media pelayanan terhadap konsumen dalam memberikan informasi harga, produk, selain itu teknologi bisa membantu Munthe Printing dalam menilai perilaku konsumen sehingga Munthe Printing tidak perlu menyebarkan Kuesioner secara manual (satu per satu) kepada konsumen yang datang ke Munthe Printing ataupun masyarakat sekitar,

namun cukup mengisi Kuesioner pada *website*.

Saat ini media informasi penjualan berupa *facebook*, *twitter* dan *instagram* telah digunakan tetapi cara ini belum dirasa cukup untuk memberikan informasi yang optimal kepada konsumen. Hal tersebut mengakibatkan penurunan pendapatan Munthe Printing. Untuk menghadapi masalah penurunan tersebut Munthe Printing harus meningkatkan layanan terhadap konsumen dan meningkatkan promosi/pemasaran yang lebih luas selain itu juga Munthe Printing harus memberikan layanan yang lebih dari perusahaan lain misalnya proses pengerjaan lebih cepat sehingga menarik konsumen untuk menggunakan jasa Munthe Printing. Layanan terhadap konsumen seperti pemberian *discount* dan kualitas produk ataupun fasilitas yang ditawarkan Munthe Printing terhadap konsumen hal tersebut akan mempengaruhi minat konsumen untuk datang ke Munthe Printing.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu untuk dilakukan analisis perilaku konsumen dengan konsep *Customer Relationship Management* (CRM). mengetahui perilaku Konsumen terhadap minat menggunakan jasa pada Munthe Printing sangatlah penting, untuk itu penulis ingin melakukan analisa dalam menganalisa perilaku konsumen dengan mengangkat sebuah judul tentang “PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) BERBASIS WEB PADA MUNTHER PRINTING”

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 Munthe Printing
- b. Bagaimana Mengembangkan sebuah sistem yang sudah ada untuk menganalisa perilaku konsumen terhadap minat menggunakan jasa printing pada Munthe Printing, agar bisa mengetahui kekurangan yang harus diperbaiki Munthe Printing.
- c. Bagaimana memberikan kepuasan terhadap Pelanggan dengan memberikan *Review*

1.3 Batasan Masalah

Melihat latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan dibatasi pada pembahasan yaitu:

- a. Prilaku konsumen terhadap minat menggunakan jasa printing pada Munthe Printing.
- b. Konsep yang digunakan adalah teknik *Customer Relationship Management* (CRM).
- c. Merancang sebuah sistem penjualan dan menganalisa prilaku konsumen terhadap minat menggunakan jasa printing pada Munthe Printing

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Mengetahui prilaku konsumen terhadap munthe printing
- b. Menyediakan media promosi agar diketahui konsumen lebih luas.
- c. Membangun dan menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi terbaru mengenai produk maupun layanan.
- b. Memudahkan konsumen dalam membeli produk jasa printing pada Munthe Printing.
- c. Memudahkan konsumen dalam menyampaikan saran, kritik dan pertanyaan.
- d. Memudahkan Munthe Printing dalam menganalisa prilaku konsumen.
- e. Membantu Munthe Printing dalam mempromosikan produk.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TUJUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori dasar yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode-metode yang digunakan dalam tahap penelitian dan teknik Kuesioner yang akan digunakan dalam melakukan *survei* terhadap konsumen.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil dari survei berdasarkan Kuesioner yang telah disebar dan hasil dari perhitungan dengan menggunakan CRM dan Skala Likert.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan dan saran-saran yang terkait dengan pembahasan dalam skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN