

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Saat ini Perkembangan dalam dunia usaha yang semakin maju menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat. Salah satu cara untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan adalah menjaga hubungan atau relasi yang baik dengan pelanggan. Karena dari hasil penelitian mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih mudah dibandingkan dengan mendapatkan pelanggan baru. Persaingan bisnis yang sangat ketat akan sangat memerlukan langkah-langkah strategis untuk menghadapinya. Pelanggan yang lama harus dipertahankan dengan cara memperhatikan segala kebutuhan pelanggan dan juga pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Bagi Pelanggan baru diusahakan bisa menjadi pelanggan tetap, dengan membina relasi ke pelanggan.

Kualitas layanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan *level of excellence* yang tinggi. Pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan. Secara esensial, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan pelayanan yang baik dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda-beda. Jika diamati sesungguhnya inti persaingan saat sekarang ini lebih pada bagaimana perusahaan menyadari betul siapa *target market* yang menjadi sasarannya, seberapa tinggi kualitas produknya. Yang tak kalah pentingnya adalah seberapa tinggi *value* yang mampu diberikannya kepada pelanggan dan bagaimana dia memperlakukan pelanggan dari hari ke hari. Melalui aplikasi E-CRM (*Electronic-Customer Relationship Management*), perusahaan dapat mengetahui lebih dalam, sejauh mana

memanfaatkan CRM dalam usaha bisnis sekarang dan bagaimana cara perusahaan-perusahaan dapat meningkatkan penjualannya serta mengetahui pelanggannya lebih baik, sehingga mampu melayani mereka dengan lebih baik.

CV. Prime Resource Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam penjualan bahan baku hasil bumi dan dibidang distributor hasil bumi, dimana selama ini proses pemasaran produk masih menggunakan pertukaran informasi dari mulut ke mulut yang disebar oleh marketing berupa pamflet atau lembaran brosur produk dan dalam penyebaran informasi pemasaran produk bahan baku hasil bumi yang dipasarkan oleh perusahaan belum banyak yang pelanggan yang tahu tentang produk yang dijual, sehingga membuat perusahaan sulit untuk melakukan pemasaran dan penjualan, seperti mendapatkan pelanggan baru untuk membeli produk yang perusahaan pasarkan. Kebutuhan untuk meningkatkan interaksi dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya sangat diperlukan, karena pelayanan dan pemasaran yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan belum optimal, untuk itu diperlukannya implementasi sebuah metode yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya baik pelanggan lama maupun pelanggan yang baru, dari hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan dapat meningkatkan kuantitas penjualan penjualan produk perusahaan. Penjualan produk yang dilakukan di perusahaan yaitu dengan cara menyebarkan *sales marketing* didaerah yang ada di Bandar Lampung. Untuk menangani masalah yang ada pada perusahaan, maka penulis mengusulkan untuk menggunakan strategi CRM yaitu Operasional CRM pada strategi ini difokuskan pada otomatis customer-facing dimana bagian pemasaran, penjualan dan layanan menjadi otomatis, Operasional CRM memberikan

dukungan untuk proses bisnis *Front Office*, seperti untuk penjualan, pemasaran dan staf pelayanan dari strategi itulah penulis akan membuat suatu penerapan CRM pada perusahaan *CV. Prime Resource Indonesia* untuk membantu perusahaan dalam pemasaran, penjualan hingga pelayanan untuk konsumen, dari Operasional CRM tersebut maka penulis akan membuat penjualan otomatis bahan baku dalam bentuk sebuah aplikasi penjualan untuk membantu *sales marketing* dalam melakukan penjualan produk.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka untuk menanganinya penulis membuat **“Rancang Bangun Aplikasi E-CRM Untuk Sistem Penjualan Bahan Baku Hasil Bumi (Studi Kasus CV. Prime Resource Indonesia)”**. Pembangunan sistem informasi untuk pemasaran, penjualan, dan pelayanan pada perusahaan, dan diharapkan dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan dan pembelian terhadap produk yang dipasarkan oleh CV. Prime Resource Indonesia.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana cara merancang bangun aplikasi E-CRM dalam perusahaan?
2. Bagaimana implementasi aplikasi E-CRM dapat meningkatkan pemasaran, penjualan, dan pelayanan konsumen?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Aplikasi yang dirancang dapat menjual produk perusahaan secara online.
2. Dengan rancangan aplikasi ini pelanggan dapat memberikan kritik dan saran bagi pelayanan perusahaan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menciptakan hubungan atau relasi yang baik dengan pelanggan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.
2. Mendukung kinerja perusahaan dalam memasarkan dan menjual produk kepada pelanggan secara terus menerus.
3. Mempermudah pelanggan dalam memesan atau membeli produk perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui target pasar dilihat dari data penjualan produk yang ada di perusahaan dengan menggunakan aplikasi CRM, perusahaan dapat melakukan penjualan dan pelayanan melalui *website* sehingga peluang meningkatkan kuantitas penjualan pada perusahaan.
2. Mengetahui perbaikan apa yang harus dilakukan pada pelayanan yang diberikan melalui fitur kritik dan saran.