

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi saat ini sangat diperlukan untuk kemajuan suatu perusahaan baik dibidang penjualan barang maupun jasa, sehingga perusahaan dapat memiliki target sesuai yang di inginkan. Tercapaiannya suatu tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba tidak hanya pada segi harga, akan tetapi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan yang diberikan, pelayanan tersebut dapat berupa kemudahan transaksi, kemudahan mendapatkan informasi dan adanya promo dari perusahaan juga merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap pelanggan untuk tetap mementingkan kepuasan pelanggannya yang dapat diterapkan pada bagian manajemen perusahaan (Kadir, 2016).

Manajemen perusahaan saat ini, sangat populer dengan penggunaan sistem manajemen untuk membina hubungan dengan pelanggan, di antaranya dengan menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dan termasuk metode untuk mempertahankan pelanggan. Penerapan CRM dapat terjalin relasi yang lebih kuat di antara perusahaan dan pelanggan, dan pada gilirannya sedikit demi sedikit kepuasan pelanggan dapat tercapai (Kalalo, 2017). *Customer Relationship Management* merupakan keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul kepada perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2017).

PT Musi Maju Makmur merupakan perusahaan dibidang penjualan barang khusus pertanian seperti obat insektisida, pupuk, hingga penjualan perlengkapan

pendukung lainnya. Produk-produk tersebut dijual dan disebarakan hingga ke daerah-daerah dengan produktifitas pertanian yang relatif besar. Perusahaan tersebut menyediakan produk yang mendukung pertumbuhan pertanian, sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan bagi pelanggan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pimpinan perusahaan, diperoleh informasi mengenai proses transaksi yang saat ini dilakukan yaitu dengan menggunakan media telepon, yang digunakan pelanggan untuk melakukan pemesanan barang dan media nota untuk pencatatan pesanan dari pelanggan, dalam jangka panjang akibat yang ditimbulkan adalah kesalahan pencatatan, kesalahan pesanan, hingga mudahnya di manipulasi oleh pegawai, hal tersebut tentunya masih perlu adanya penerapan teknologi informasi untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melakukan pemesanan. Akses komplain juga belum disediakan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk meningkatkan pelayanan, tidak hanya dalam segi pelayanan kontribusi perusahaan juga perlu diberikan seperti adanya promosi yang diberikan kepada pelanggan. Promosi yang dilakukan dengan cara menyampaikan secara langsung kepada pelanggan ketika mengunjungi perusahaan, sehingga pelanggan tidak secara keseluruhan mengetahui informasi mengenai promo yang diberikan, pentingnya teknologi dalam penyampaian informasi sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk.

Berdasarkan pembahasan tersebut, diketahui bahwa permasalahan pada perusahaan adalah belum tersedianya media transaksi pemesanan secara *online* dan belum tersedianya media penyampaian informasi komplain dan promosi menjadi kekurangan bagi perusahaan untuk menjaga loyalitas dan kepuasan

pelanggan. Solusi yang diberikan perusahaan yaitu dengan menerapkan *Electronic Customer Relationship Management* sebagai strategi untuk meningkatkan hubungan pelanggan dengan tujuan agar pelanggan dapat melakukan transaksi terus menerus kepada perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi (Kosasi, 2015). Penerapan E-CRM dilakukan dengan menggunakan *mobile* aplikasi yaitu sebuah program yang dapat dijalankan atau digunakan walaupun pengguna berpindah-pindah dari satu tempat ketempat yang lain serta mempunyai ukuran yang kecil dan dapat diakses secara *online* (Maressa, 2014).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana merancang dan **membangun *Electronic Customer Relationship Management* berbasis *mobile* pada PT Musi Maju Makmur?**
2. Bagaimana menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dengan penerapan ***Electronic Customer Relationship Management* pada PT Musi Maju Makmur?**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan konsep untuk mencapai suatu yang diinginkan, tujuan penelitiannya yaitu.

1. Merancang dan **membangun *Electronic Customer Relationship Management* berbasis *mobile* pada PT Musi Maju Makmur.**
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan penerapan ***Electronic Customer Relationship Management* pada PT Musi Maju Makmur.**

1.4 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah pada penelitian yang dilakukan sebagai ruang lingkup pembahasan yaitu:

1. Penelitian membahas mengenai media transaksi pemesanan secara *online*.
2. Memproses komplain pelanggan
3. Memberikan promosi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dihasilkan dari pembuatan sistem yang dilakukan yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan yaitu dapat mengelola permintaan barang yang dilakukan pelanggan dan memberikan informasi promosi kepada pelanggan dengan tujuan utama yaitu meningkatkan penjualan dan mendapatkan laba sebesar-besarnya dengan memperhatikan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Pelanggan

Manfaat bagi pelanggan dengan adanya penerapan E-CRM dengan *mobile* mampu memberikan kemudahan akses secara fleksibel sehingga pelanggan tidak perlu datang keperusahaan untuk melakukan transaksi maupun komplain bahkan mendapatkan informasi promo dapat dengan mudah secara *online*.