

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia telah banyak mengalami kemajuan, didukung dengan teknologi komunikasi yang menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan merupakan alternatif tepat suatu perusahaan untuk menunjang kinerja dari perusahaan tersebut agar dapat berjalan dan bekerja dengan baik. Dikarenakan dengan adanya suatu perkembangan teknologi informasi dalam suatu penerapan proses bisnis diharapkan mampu meningkatkan keberhasilan dan kepuasan pelanggan atau yang biasa dikenal dengan suatu sistem yang menciptakan suatu komunikasi yang baik dengan para pelanggan dari suatu perusahaan yang biasa disebut *Customer Relationship Management (CRM)*.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan kombinasi dari orang-orang proses dan teknologi yang berusaha untuk memahami pelanggan perusahaan. CRM merupakan suatu pendekatan yang berinteraksi untuk mengatur hubungan pelanggan dengan fokus pada pengembangan hubungan (Adam, 2015). Menggunakan berbasis web, akan mempermudah informasi, data, dan layanan sampai dengan waktu yang singkat, karena faktor kepuasan pelanggan adalah faktor utama penunjang pertumbuhan suatu jenis perusahaan atau proses bisnis (Iman, 2016).

CV Siger Elektro yang didirikan oleh Sugeng Amianto merupakan suatu persekutuan komanditer yang didirikan berdasarkan hukum yang berlaku di negara Republik Indonesia yang berkedaulatan hukum di Bandar Lampung, dengan alamat di

Jalan Sultan Haji Gang Batin Ulangan Lingkungan I (Amianto, 2018). Saat ini CV Siger Elektro bergerak dalam bidang pelayanan jasa dan service alat pendingin, di Bandar Lampung sendiri permintaan konsumen dalam pemasangan alat pendingin sudah cukup banyak, misalnya pada alat pendingin di alfamart dan indomaret yang membutuhkan alat pendingin untuk barang dagangannya, selain itu banyak juga kios yang sudah menggunakan alat pendingin untuk menjual minuman dan sebagainya, dengan banyaknya jumlah konsumen dan permintaan pemasangan alat pendingin, mengharuskan perusahaan untuk menerapkan sistem yang dapat melakukan pengolahan data pelayanan jasa maupun service alat pendingin, agar dapat meningkatkan pelayanan dan menarik minat konsumen untuk melakukan pemasangan alat pendingin pada CV Siger Elektro.

Saat ini CV Siger Elektro belum memiliki aktifitas khusus yang menangani sistem pelayanan di dalam perusahaan, pengelolaan data pelayanan jasa dan service dilakukan secara konvensional dengan cara mencatat pada buku besar jika ada pelanggan yang ingin melakukan pemasangan alat pendingin, selain itu untuk mendapatkan informasi pelayanan jasa alat pendingin hanya didapat dari konsumen yang telah menggunakan jasa CV Siger Elektro. Dengan pelayanan semacam ini, menyebabkan peluang untuk mendapatkan konsumen secara maksimal tidak terpenuhi dan hal ini sangat disayangkan mengingat jasa pemasangan alat pendingin sudah semakin berkembang. Kendala lain yang dihadapi oleh CV Siger Elektro adalah mengenai konsumen, perusahaan harus berlomba untuk mendapatkan konsumen baru sebanyak-banyaknya dan mempertahankan konsumen lama dengan menjalin komunikasi yang baik dan berkesinambungan. Dengan ini, perusahaan harus

mencari strategi pelayanan informasi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis agar dapat mempertahankan konsumennya dan meningkatkan konsumennya (Amianto, 2018).

Berdasarkan kondisi dan kebutuhan seperti diatas, maka peneliti membangun sebuah aplikasi E-CRM untuk meningkatkan pelayanan jasa pemasangan dan service alat pendingin berbasis website yang berjudul "**Aplikasi E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa Pemasangan Dan Service Alat Pendingin (Studi Kasus: CV Siger Elektro)**". Harapannya agar dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produknya, dapat meningkatkan jasa pemasangan dan service alat pendingin sehingga dapat mempertahankan pelanggan melalui sistem berbasis web yang akan dibuat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah:

1. Bagaimana membangun sistem *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM) pada CV Siger Elektro untuk meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan?
2. Bagaimana mempromosikan produk dan jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada CV Siger Elektro?

1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah yang peneliti ajukan lebih terarah dan tidak menimbulkan kesalahan dalam penafsiran, maka penelitian ini dibatasi dalam ruang lingkup sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan Customer Relationship Management (CRM) untuk meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan
2. Perancangan aplikasi *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM) tidak mencakup proses pemesanan produk atau penjualan produk pada sistem.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Menghasilkan sistem *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM) pada CV Siger Elektro untuk meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan.
2. Mempromosikan produk dan jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada CV Siger Elektro.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi spesifikasi alat pendingin sekaligus memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menilai pelayanan informasi yang diberikan perusahaan baik

berupa kritik dan saran, dalam sisi perusahaan dapat meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan

2. Diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam mempromosikan produk dan jasa