

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis sekarang tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga melihat dari segi kualitas layanan. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi bisnis untuk memilih dan mengelola pelanggan agar dapat mengoptimalkan nilai jangka panjang. CRM membutuhkan filosofi bisnis dan budaya yang berpusat pada pelanggan untuk mendukung proses pemasaran, penjualan dan pelayanan yang efektif' (Thomas, 2003).

CV. Komisioner Dharma Bhakti merupakan perusahaan *software* dan perdagangan. Saat ini manajer ingin melakukan perubahan dengan melibatkan pelanggan secara aktif, karena selama ini website yang ada belum memfasilitasi hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu adanya suatu pelayanan konsumen untuk membantu perusahaan dalam membina hubungan dengan pelanggan. Penulis akan menerapkan konsep CRM pada CV. Komisioner Dharma Bhakti dengan dukungan teknologi informasi yaitu mengembangkan komponen *collaborative* CRM dengan menggunakan aplikasi email dan forum diskusi.

1.2 Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan dari penelitian ini maka diberikan batasan untuk menghindari luasnya masalah. Penelitian ini terbatas pada beberapa hal yaitu,

1. Bentuk *collaborative* dikhususkan untuk email dan forum diskusi.
2. Respon email dikhususkan untuk pelanggan yang telah melakukan registrasi. Pesan yang diberikan berupa ucapan selamat bergabung dengan CV. Komisioner Dharma Bhakti dan informasi dari perusahaan, semisal ada produk baru.
3. Email bersifat otomatis mengirim ke semua pelanggan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menerapkan *collaborative Customer Relationship Management* pada CV. Komisioner Dharma Bhakti.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi Perusahaan

1. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan CV. Komisioner Dharma Bhakti.
2. Memelihara loyalitas konsumen yang sudah ada.

Bagi Pelanggan

1. Untuk mempermudah pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan.
2. Mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang pemesanan dan pengiriman barang.

1.5 Sistematika Penulisan

Naskah ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut,

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup dan tujuan penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan *CRM (Customer Relationship Management)*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang perancangan dan pembuatan perangkat lunak *Collaborative Customer Relationship Management* berbasis web. Perancangan sistem digunakan untuk membantu dalam pelayanan pelanggan di CV. Komisioner Dharma Bhakti.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang penerapan sistem yang telah dibangun dengan menampilkan *user interface* dan cara penggunaannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdapat kesimpulan serta saran yang berkaitan dengan penyusunan skripsi.