

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis yang semakin sengit menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saing mereka. Fokus terpenting dalam setiap perusahaan adalah konsumen dari perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan tentunya membutuhkan berbagai macam strategi yang tepat untuk bertahan di dunia bisnis. Misalnya saja seperti meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, memperkerjakan karyawan-karyawan yang profesional, hingga pemanfaatan perkembangan teknologi dalam menjalankan proses bisnisnya untuk memberi kemudahan bagi para konsumennya.

Salah satu contoh pemanfaatan perkembangan teknologi dalam dunia bisnis ditandai dengan hadirnya sistem informasi pada perusahaan tersebut. Sistem informasi yang tepat akan mendukung jalannya proses bisnis suatu perusahaan. Akan tetapi sistem informasi yang handal tidak hanya terbatas pada tujuan memberikan kemudahan pada proses bisnis perusahaan tersebut. Sistem Informasi yang ada diharapkan pula dapat menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan saat ini. Hal itu terlihat dari banyaknya tempat makan sejenis restoran yang bermunculan di Indonesia terutama di kota-kota besar. Saat ini banyak pelaku bisnis kuliner yang mencoba berinovasi baik dalam cita rasa

makanan dan minuman yang semakin variatif, lingkungan yang memiliki nuansa menarik, dan lain sebagainya. Hal tersebut tentu meningkatkan daya konsumerisme masyarakat sekaligus ketertarikan untuk berbisnis di dunia kuliner yang menyebabkan meningkatnya persaingan di pasar kuliner.

Di sisi lain, untuk bertahan di pasar kuliner, suatu restoran memerlukan strategi yang tepat untuk lebih dari sekadar memperlancar proses bisnisnya. Secara umum, proses bisnis ini terbagi menjadi beberapa bagian yaitu bagian dapur yang bertugas membuat makanan dan minuman yang dipesan, bagian kasir yang menangani pesanan dan pembayaran, serta bagian pelayan yang biasanya berhubungan langsung dengan pelanggan ketika melakukan pemesanan. Namun, sampai saat ini masih banyak restoran yang proses bisnisnya dilakukan dengan cara manual atau konvensional. Hal ini akan menjadi masalah tersendiri karena proses bisnis restoran tidak hanya soal makanan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Restoran Cinta Alam, penyebab gagalnya suatu restoran menarik pelanggan tidak hanya karena menu yang ada namun juga pelayanan yang diberikan (Novela & Yefta, 2010).

Untuk mengatasi masalah yang ada, perlu dibangun suatu sistem yang menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) pada sistem informasi restoran sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan. Sistem tersebut diharapkan meningkatkan

daya saing suatu restoran sehingga dapat mempertahankan pelanggan lama dan menarik datangnya pelanggan baru.

Ni Luh Manik Sugiarni, Dian Pramana, dan Ni Nyoman Harini Puspita (2015), pada penelitian yang berjudul "Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) Pada Sistem Informasi Travel X Berbasis Web", membangun suatu sistem informasi berbasis web yang menerapkan CRM untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan berinteraksi langsung dengan admin perusahaan melalui menu bantuan yang ada pada website Travel X. Pelanggan juga dapat memberikan *review* mengenai pelayanan yang diberikan oleh travel. Dengan adanya sistem ini dapat melihat tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan travel yang dapat dilihat melalui grafik.

Ovi Dyantina, Mira Afrina, dan Ali Ibrahim (2012), pada penelitian yang berjudul "Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)", membangun suatu sistem informasi berbasis web yang menerapkan CRM untuk meningkatkan promosi produk kepada pelanggan. Selain itu, penyimpanan data lebih akurat dan tersimpan rapi, serta proses penyampaian informasi dapat lebih cepat dan respon terhadap penjualan yang lebih cepat diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Toko YEN-YEN.

Yulia , Shinta Wijaya, dan Oviliani Y. Yuliana (2013), pada penelitian yang berjudul "Aplikasi

Customer Relationship Management pada H2O Boutique”, membangun suatu aplikasi berbasis *desktop* menghasilkan laporan seperti laporan bahan, corak, jenis, model, merk dan warna baju paling laris, laporan pelanggan baru, laporan pelanggan yang berulang tahun, laporan poin, laporan penukaran poin, laporan pelanggan yang memperoleh diskon tambahan karena berbelanja tepat dihari ulang tahunnya, laporan pembelian, laporan *return* pembelian, laporan konsinyasi, laporan penjualan dan sebagainya.

Tabel 2.1 Tabel Hasil Perbandingan

Fitur	Implementasi CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) Pada Sistem Informasi Travel X Berbasis Web	Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)	Aplikasi <i>Customer Relationship Management</i> pada H2O Boutique	Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) pada sistem informasi restoran menggunakan metode <i>Double Exponential Smoothing</i> (Studi Kasus : The Beatles Pub and Restaurant)
<i>Mobile Platform</i>	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
<i>Desktop Platform</i>	Ya	Ya	Ya	Ya
Implement	Ya	Ya	Ya	Ya

asi CRM				
Menggunakan metode / <i>algoritma</i>	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
Pengelolaan Transaksi	Ya	Ya	Ya	Ya
Promosi Produk (<i>Recommended Product</i>)	Tidak	Ya	Ya	Ya
Laporan statistik untuk memprediksi selera pasar kedepannya	Ya	Tidak	Ya	Ya
<i>Rating dan Review</i>	Ya	Ya	Tidak	Ya