

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Sekarang, CRM dianggap sebagai salah satu target terpenting di sekitar 60% proyek di seluruh dunia. Kemajuan teknologi yang hebat membantu terbaginya wilayah pasar dengan lebih baik, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, memberikan lingkungan yang kaya dengan informasi sehingga berkontribusi dalam meningkatkan strategi yang efisien untuk menangani pelanggan. Kemungkinan besar sistem CRM akan memiliki realisasi dan pemahaman masa depan yang lebih jauh dari pihak penerima manfaat jika mereka mudah digunakan dan dijalankan. Dalam sebuah studi modern De Paul University tentang praktik terbaik administrasi penjualan, hanya 50% perusahaan yang penjualannya mencapai lebih dari satu juta dolar mengakui bahwa mereka mempraktekkan CRM, dan hanya 55% dari perusahaan-perusahaan ini yang menjelaskan bahwa program CRM mereka sangat membantu membangun hubungan dengan pelanggan. Sementara, 81% perusahaan, yang mencapai penjualan kurang dari 100 juta dolar dan mengadopsi program CRM siap pakai, mengakui bahwa program ini bermanfaat; 75% menyebutkan bahwa mereka membantu membangun hubungan dengan pelanggan (Soliman, 2011).

Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus pada sebuah organisasi multinasional yang memiliki banyak bidang seperti desain, manufaktur, dan pemasaran. Implementasi CRM diawali dengan pemilihan ERP yang tepat lalu menentukan batasan sistem yang akan dibangun. Hasil dari studi kasus ini menunjukkan walaupun tidak ada hasil negatif maupun positif tetapi terjadi perubahan yang signifikan dalam proses bisnis organisasi (Mishra & Mishra, 2009).

Performa perusahaan memiliki hubungan dengan kualitas CRM perusahaan tersebut. CRM yang sukses terkait erat dengan analisis manusia dan arsitektur bisnis perusahaan. Tetapi, diungkapkan bahwa infrastruktur teknologi informasi tidak berdampak secara langsung pada kualitas CRM perusahaan. Kesimpulan yang diambil

adalah untuk mengembangkan analisis dan arsitektur bisnis perusahaan dengan menggunakan infrastruktur teknologi informasi yang ada (Coltman, et al., 2010).

Penerapan strategi penetrasi pasar dalam pengimplementasian CRM pada PT. ASP. Strategi ini diterapkan dengan cara membangun sistem CRM berbasis web untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dan pengenalan kepada masyarakat luas. Perancangan CRM berbasis web yang sesuai bagi PT ASP berdasarkan hasil kesimpulan wawancara adalah dengan menggunakan 5 fitur (5'C) dari tujuh fitur (7'C) elemen desain situs yang baik. (So & Sheila, 2011).

Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis komparatif sistematis pada 197 perusahaan di bidang keuangan guna merumuskan pengaruh hubungan positif antara CRM dengan kinerja pemasaran. Hasil dari analisis komparatif sistematis menemukan pengaruh antara CRM dengan kinerja pemasaran adalah positif. Maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan CRM berbanding lurus dengan peningkatan pada pemasaran (Soliman, 2011).

Metode yang digunakan yaitu *acquire*, *enhance*, dan *retain*. Metode ini diterapkan dengan cara membangun CRM berbasis web untuk sebuah rumah sakit. *Acquire* merupakan suatu tahap mengakuisisi pelanggan. *Enhance* merupakan suatu proses untuk membangun hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan. *Retain* merupakan suatu proses untuk memelihara hubungan baik pelanggan dengan perusahaan dengan memberikan pelayanan dan aplikasi pendukung yang bermanfaat. Hasil dari penelitian ini yaitu meningkatnya kualitas hubungan antara rumah sakit dengan pelanggan, karena muncul kemudahan dalam memperoleh informasi bagi pelanggan (Hidayat, et al., 2012).

Penerapan metode yaitu studi kasus pada PT. Telkom Unit Layanan Ngadirojo. Penerapan CRM yang dilakukan yaitu membangun website monitoring keluhan pelanggan pada PT. Telkom Unit Layanan Ngadirojo. Kesimpulan yang didapatkan yaitu kemudahan bagi petugas dalam melakukan pencarian data keluhan dan meningkatnya waktu respon keluhan dikarenakan ada sistem notifikasi dari website.

Data-data keluhan pelanggan tersimpan pada basis data dan dapat dimanfaatkan pada masa yang mendatang sebagai sumber pengetahuan (Kusuma & Yulianto, 2014).

Konsep CRM terdiri dari 3 fase, yaitu *acquire* (mendapatkan pelanggan baru), *enhance* (meningkatkan nilai pelanggan), dan *retain* (mempertahankan pelanggan yang sudah ada) (Dyantina, et al., 2012). Berkesinambungan dengan fase CRM, menurut penelitian yang sudah dilakukan, banyak perusahaan suplier yang dirasa memiliki kualitas *customer service* yang superior memiliki pelayanan pelanggan secara *online* dan selalu mengabari pelanggan mereka melalui email maupun SMS (Dash, et al., 2014). Sesuai dengan teori fase-fase CRM yang ada, beberapa penelitian sudah menerapkan secara langsung dan merasakan hasilnya.

Dengan adanya tinjauan pustaka tersebut dalam penelitian ini akan dibangun sistem informasi *Customer Service Review* dengan dukungan teknologi informasi. Dengan demikian permasalahan yang terjadi pada PT. Global Digital Niaga dapat diselesaikan menggunakan strategi operasional CRM dengan dukungan teknologi informasi dimana lebih berfokus pada peningkatan performa penilaian CS. Teknologi yang digunakan untuk membangun sistem informasi ini adalah Spring Framework sebagai *back-end*, ReactJS sebagai *front-end*, dan PostgreSQL sebagai basis data.

Perbandingan sistem yang pernah dibangun dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut :

Tabel 2.1. Tabel Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Unsur Perbandingan	Kusuma & Yulianto (2014)	Dyantina, et al. (2012)	Raharjo* (2017)
Konten	Pembuatan Website <i>Monitoring</i> Keluhan Pelanggan Pada PT. Telkom Unit Layanan Ngadirojo	Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)	Pembangunan Sistem Informasi <i>Customer Service Review</i> Berbasis Web dengan Spring Framework
Metodologi	<ul style="list-style-type: none"> - Kajian Pustaka - Analisis Berdasarkan Hasil Wawancara - Analisis Berdasarkan Studi Kelayakan - Analisis SDM - Analisis Kebutuhan Sistem 	<ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Studi Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Studi Pustaka - Analisis Kebutuhan Aplikasi - Perancangan Aplikasi - Pembangunan Aplikasi - Pengujian Aplikasi
Basis Data	MySQL	MySQL	PostgreSQL
Bahasa Pemrograman	<ul style="list-style-type: none"> - HTML - PHP 	<ul style="list-style-type: none"> - HTML - PHP 	<ul style="list-style-type: none"> - Java

			- Javascript
Tool	Notepad++	Notepad++	Intelij IDEA 2017.2.5
Platform	Website	Website	Website
Sasaran Pengguna	Pegawai PT. Telkom Unit Layanan Ngadirojo	Pelanggan Toko YEN-YEN	Pegawai Operasional Blibli.com

*) Sedang dalam proses penelitian

Pada tabel 2.1. dapat dilihat bahwa lebih banyak penelitian yang dilakukan dengan memanfaatkan basis data MySQL dan bahasa pemrograman HTML dan PHP yang terbilang merupakan teknologi lama. Melalui penelitian ini saya berusaha untuk memanfaatkan teknologi Spring Framework untuk mengoptimalkan kinerja sistem informasi *customer service review*. Dengan Spring Framework diharapkan sistem informasi yang dibangun akan menjadi lebih responsif daripada sistem yang dibangun dengan HTML dan PHP.