

BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Sebagai perusahaan yang baru berkembang dalam bidang jasa dan perdagangan product IT yang menggunakan layanan internet sebagai medianya (*e-commerce*), www.laptopjogja.com berpendapat bahwa marketing, promosi, dan website yang bagus tidaklah cukup untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis sekarang ini terutama melihat banyaknya perusahaan dot com yang berjatuhan. Ditambah lagi dengan terbatasnya modal dan investasi dibidang IT yang menjadi salah satu kendala bagi www.laptopjogja.com. Besar kecilnya perusahaan, maju tidaknya perusahaan sangat tergantung dari banyak sedikitnya jumlah pelanggan yang melakukan transaksi dengan www.laptopjogja.com. www.laptopjogja.com sadar betul bahwa perkembangan bisnis sekarang tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga melihat dari segi kualitas layanan, yang lebih mendorong pelanggan untuk membeli produk atau menggunakan solusi yang kita tawarkan. Tidak berarti produk yang dipasarkan boleh yang tidak bermutu, terutama jika produk yang ditawarkan memiliki pesaing yang kurang lebih sama. Berbeda terhadap produk-produk yang secara esensial bersifat unik, bermutu tinggi dan memiliki diferensiasi yang kuat, sehingga pelanggan akan

memiliki nilai yang jelas, meskipun ada produk-produk yang sejenis.

Kualitas layanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan level of excellence yang tinggi. Pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan, Secara esensial, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan pelayanan yang baik dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda-beda. Kebutuhan pelanggan yang bertambah kompleks, faktor gaya hidup dan lingkungan sosial ekonomi yang beragam menyebabkan keunikan akan kebutuhan setiap pelanggan dan menjadi tantangan baru bagi www.laptopjogja.com. Bagaimana www.laptopjogja.com dapat menjawab tantangan-tantangan ini merupakan suatu hal yang sangat menarik.

Berkaitan dengan teknologi informasi penulis mencoba mengangkat kajian dalam menghadapi tantangan di atas dengan pendekatan konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Suatu konsep dimana pihak perusahaan dapat membangun suatu informasi data base dari setiap pelanggan yang dapat dipergunakan sebagai sarana informasi yang komprehensif mengenai kebiasaan dan preferensi dari pelanggan yang ada. Dengan demikian informasi mengenai pelanggan mengalami perubahan yaitu beralih dari kebiasaan lama dimana informasi mengenai pelanggan hanya diketahui oleh para *sales staff* atau *customer service*, tetapi pada saat ini

informasi seorang pelanggan tidak hanya diketahui oleh sekelompok orang, tetapi dapat diketahui oleh seluruh karyawan terkait.

Untuk itu, di dalam tesis ini akan dilakukan evaluasi terhadap hasil implementasi sistem CRM di www.laptopjogja.com. Apakah dengan adanya implementasi CRM di www.laptopjogja.com dapat memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan atau sebaliknya. Pada tesis ini, tolak ukur keberhasilan implementasi konsep sistem CRM dilakukan dengan cara membandingkan data sebelum diterapkan sistem CRM dengan sesudahnya. Dari situ akan ditarik kesimpulan dan saran-saran perbaikan yang bisa dilakukan.

Hal di atas perlu dilakukan karena investasi teknologi informasi yang sudah ada harus dapat memberikan nilai tambah dari suatu perusahaan. Konsep implementasi sistem CRM menjadi topik dalam pembahasan tesis ini dikarenakan salah satu faktor utama di dalam kinerja sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan perdagangan IT adalah kepuasan atas pelayanan terhadap pelanggan yang ada, sehingga faktor ini menjadi penting untuk dimonitor dan diukur. Ditambah dengan semakin dinamisnya perubahan kebutuhan dari setiap pelanggan seiring dengan lingkungan dan gaya hidup, maka sistem atau konsep CRM akan secara dinamis menyesuaikan dengan kondisi bisnis yang ada.

1.2. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan tantangan yang ada sekarang ini, maka www.laptopjogja.com menerapkan konsep CRM dalam menawarkan pelayanan kepada para pelanggannya. Implementasi sistem CRM ini sudah berjalan lebih dari 10 bulan di www.laptopjogja.com dan belum pernah diadakan sebuah kajian atau evaluasi terhadap implementasi sistem tersebut.

Dengan dilakukan analisis terhadap implementasi sistem CRM pada www.laptopjogja.com yang telah dilakukan lebih dari 10 bulan, diharapkan agar dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang timbul, seperti:

- a. Bagaimana implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di www.laptopjogja.com.
- b. Bagaimana pengembangan *Customer Relationship Management* CRM dengan menggunakan *e-commerce*.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada pembaca agar dapat mengetahui tingkat efektifitas implementasi sistem CRM pada www.laptopjogja.com dalam kondisi sebelum dan sesudah.

Tujuan dari penulisan tesis ini adalah :

1. Memahami implementasi CRM yang telah diterapkan di www.laptopjogja.com.
2. Memahami pengembangan CRM pada www.laptopjogja.com dengan menggunakan *e-commerce*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya pembahasan dan evaluasi terhadap implementasi CRM pada www.laptopjogja.com maka pembaca diharapkan mendapatkan beberapa manfaat yang berguna seperti:

1. Memberikan gambaran secara jelas mengenai *customer relationship management* untuk menunjang pelayanan yang lebih berkualitas dan memelihara loyalitas konsumen.
2. Menyediakan pengetahuan dan informasi yang lebih lengkap yang berkaitan dengan model CRM dengan penyesuaian strategi perusahaan.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam tesis yang berjudul “IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA DI WWW.LAPTOPJOGJA.COM”, penulis membatasi ruang lingkungnya pada :

- Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada www.laptopjogja.com.
- Strategi dan konsep penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada www.laptopjogja.com.
- Pengembangan *Customer Relationship Management* (CRM) dengan menggunakan Sistem/Teknologi Informasi pada *e-commerce* www.laptopjogja.com

1.5. Sistematika Penulisan

I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.5 Sistematika Penulisan

II Tinjauan Pustaka

III Profil Perusahaan

IV Analisis Data

V Kesimpulan dan Saran