

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perekonomian negara Indonesia saat ini sudah berkembang pesat dibandingkan dengan beberapa waktu terdahulu. Hal ini terjadi dikarenakan faktor-faktor yang berpengaruh dalam majunya perekonomian negara seperti sumber daya alam, sistem pemerintahan, pembangunan ekonomi, sosial budaya masyarakat dan sarana prasarana negara. Pertumbuhan ekonomi juga terus berkembang dengan banyaknya sumber daya di Indonesia yang dimanfaatkan oleh rakyat Indonesia. Ditambah lagi adanya dampak teknologi dan informasi yang berkembang cepat, mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia yang lebih besar dari sebelumnya. Banyaknya peran aktif baik dari pemerintah, masyarakat dan pengusaha menyebabkan ekonomi Indonesia yang tumbuh meskipun bergerak perlahan karena sebelumnya diterjang dan terhambat karena adanya pandemi Covid-19 yang menghentikan berbagai kegiatan ekonomi di Indonesia.

Pertumbuhan perekonomian Indonesia tidak lepas dari terus bertambahnya organisasi/perusahaan yang didirikan oleh anak-anak bangsa yang memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat. Perusahaan-perusahaan ini berhasil menangkap peluang dan menjadikannya usaha yang menguntungkan serta dapat memberikan manfaat bagi pelanggannya.

Pelanggan yang dilayani oleh sebuah perusahaan, tentunya memiliki sifat dan karakter yang berbeda-beda. Perbedaan ini mengharuskan perusahaan menetapkan standar pelayanan atas jasa atau produk yang ditawarkan. Standar pelayanan dibuat untuk membantu perusahaan, khususnya untuk karyawan dalam pemberian layanan terbaik sehingga dapat memuaskan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga perlu mempersiapkan sebuah sistem yang dapat menjaga pelanggan agar tetap loyal dalam menggunakan jasa atau produk dari perusahaan. Loyalitas pelanggan dibuat dan dijaga oleh perusahaan dengan cara pemberian layanan terbaik sesuai kebutuhan pelanggan menggunakan metode manajemen hubungan pelanggan.

CRM merupakan sebuah metode yang memberikan strategi manajemen *customer relationship* terhadap perusahaan yang memiliki tujuan agar dapat membangun keakraban dengan para *customer*, mengumpulkan *database* informasi, kemudian merekam kegiatan penjualan, khususnya dalam *relation* dengan calon *customer* dan *customer* aktif yang pernah melakukan pembelian. Melalui metode ini, sebuah perusahaan dapat lebih mudah untuk mengenal pelanggan, melayani pelanggan, memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan, serta dapat menentukan strategi promosi dan meningkatkan penjualan dengan mudah. Oleh karena itu, maka pengelola perusahaan perlu memahami tentang metode CRM sehingga karyawan dapat memahami tugasnya dengan baik, membantu pelanggan untuk menyelesaikan masalahnya, mengatasi keluhan dari pelanggan, menciptakan layanan untuk pelanggan supaya puas dan loyal dalam jangka panjang sehingga perusahaan dapat berkembang dengan pesat.

CV. Kerabat Indo Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang konveksi, kaos dan *merchandise custom* untuk UMKM di Kota Palembang. Aktivitas perusahaan yang banyak berhubungan dengan pelanggan, menyebabkan perusahaan perlu menetapkan sistem dan standarisasi untuk menjaga layanannya kepada pelanggan. Metode CRM yang telah diterapkan di CV. Kerabat Indo Jaya pada saat ini hanya mengumpulkan *database* pelanggan dengan detail kontak dan transaksi pembeliannya. Oleh karena itu, pelanggan yang datang belum memiliki loyalitas sehingga tidak melakukan pembelian berulang.

Loyalitas pelanggan dapat terhambat dikarenakan perusahaan tidak memberikan layanan yang baik kepada pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena banyak faktor, beberapa diantaranya ialah karyawan yang tidak ramah, produk yang diberikan tidak sesuai ekspektasi pelanggan, proses produksi yang lama dan lain sebagainya.

Tanpa loyalitas pelanggan, perusahaan akan selalu mencari pelanggan baru dengan cara meningkatkan biaya promosi sehingga membebani omzet penjualan. Berikut ini Tabel 1.1 yang menunjukkan adanya penurunan omzet penjualan pada CV. Kerabat Indo Jaya.

Tabel 1.1 Total Penjualan CV. Kerabat Indo Jaya Tahun 2019-2021

INDIKATOR	2019	2020	2021
Total Omzet Perusahaan	Rp 800.587.085	Rp 1.132.992.500	Rp 1.070.770.400

Sumber : CV. Kerabat Indo Jaya 2022

Berdasarkan data diatas, terlihat omzet penjualan yang menurun pada tahun 2021 sebesar Rp 62.222.100 atau 0,05% dikarenakan pembengkakan biaya pemasaran sebab perusahaan terus mencari pelanggan baru akan tetapi pelanggan lama kurang diperhatikan. Untuk itu, *database* yang telah dikumpulkan dapat diolah lebih lanjut dengan menggunakan prinsip-prinsip CRM yang berfokus pada pengalaman pelanggan agar dapat berinteraksi dengan pelanggan dengan lebih baik dan menciptakan *repeat order* untuk meningkatkan omzet penjualan.

Hal ini diharapkan dapat membantu perusahaan dapat berkembang dengan membuat pelanggan loyal. Inilah alasan yang menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul "PENERAPAN METODE *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA CV.KERABAT INDO JAYA".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan CRM pada CV. Kerabat Indo Jaya?
2. Hambatan-hambatan apa yang ditemui dalam penerapan CRM pada CV. Kerabat Indo Jaya?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dari penelitian ini adalah Penerapan Metode *Customer Relationship Management* (CRM) Pada CV. Kerabat Indo Jaya.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang puas dengan layanan yang diberikan oleh CV. Kerabat Indo Jaya dengan cara mengaplikasikan metode CRM dalam melayani pelanggan supaya kinerja perusahaan dapat lebih efektif dan efisien.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam pelaksanaan penelitian ini, ialah sebagai berikut

1. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta solusi yang tepat kepada CV Kerabat Jaya agar karyawan perusahaan menemukan cara terbaik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat membuat perusahaan berkembang dan meningkatkan omzet.

2. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai bagaimana penerapan metode CRM di CV. Kerabat Indo Jaya.

3. Manfaat bagi pembaca

Dapat memberikan gambaran secara jelas dan menambah referensi mengenai Penerapan Metode CRM di CV. Kerabat Indo Jaya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Partisipan

Pada metode ini penulis terlibat secara langsung membantu para karyawan dalam melaksanakan aktivitas kerja di CV. Kerabat Indo Jaya agar dapat mengumpulkan informasi yang digunakan sebagai sumber data penelitian untuk penyusunan tugas laporan akhir ini.

1.5.2 Metode Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian. Metode ini digunakan dengan cara orang yang memiliki informasi dan peneliti bertatap muka

secara langsung dalam proses mendapatkan fakta-fakta lapangan untuk keperluan data primer (Mita Rosaliza, 2015:71).

Metode wawancara yang penulis lakukan yaitu wawancara secara langsung kepada pimpinan CV. Kerabat Indo Jaya dan kepada setiap karyawan yang bertugas di bidangnya masing-masing. Adapun wawancara tersebut berkenaan dengan bagaimana pelaksanaan kerja dan proses pelayanan pelanggan dari awal hingga selesai, kendala-kendala yang sering dihadapi dalam aktivitas perusahaan dan memahami kondisi lapangan yang terjadi pada CV. Kerabat Indo Jaya.

1.5.3 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam membuat laporan ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Penelitian dilakukan pada CV. Kerabat Indo Jaya yang beralamat di Jalan Angkatan 66 Ujung, Kota Palembang, mengenai bagaimana menerapkan metode manajemen hubungan pelanggan (CRM) pada CV. Kerabat Indo Jaya.

1.5.4 Jenis Dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012:137) sumber data dibagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang bersumber langsung dari pemilik data untuk memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang penulis gunakan sebagai bahan penyusunan laporan akhir ini adalah hasil wawancara langsung ke pemilik CV. Kerabat Indo Jaya. Wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada pemilik usaha mengenai tata cara mengelola hubungan pelanggan dalam layanan perusahaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah kumpulan data yang tidak langsung didapatkan dari pengumpul data, misalnya lewat orang lain selain pemilik data atau

lewat media. Data sekunder yang penulis gunakan dalam laporan akhir ini berasal dari buku, jurnal penelitian dan internet.

1.5.5 Metode Pengumpulan Data

a. Riset Lapangan

1) Metode *Observasi* (Pengamatan)

Dalam metode ini penulis mengamati secara langsung bagaimana kegiatan-kegiatan yang berjalan diseluruh bagian perusahaan CV. Kerabat Indo Jaya. Penulis mempelajari dan berinteraksi langsung dengan karyawan di CV. Kerabat Indo Jaya agar dapat lebih memahami situasi dan kondisi yang berkaitan dengan strategi dan upaya penerapan CRM.

2) Metode Wawancara

Metode wawancara yang penulis lakukan yaitu menanyakan secara langsung kepada Pimpinan CV. Kerabat Indo Jaya dan kepada setiap karyawan yang bertugas di bidangnya masing-masing. Adapun wawancara tersebut berkenaan dengan bagaimana pelaksanaan kerja dan proses pelayanan pelanggan dari awal hingga selesai, kendala-kendala yang sering dihadapi dalam aktivitas perusahaan dan memahami kondisi yang terjadi di CV. Kerabat Indo Jaya.

b. Metode Studi Kepustakaan

Metode studi kepustakaan adalah sebuah jenis metode studi yang dipakai dalam mengumpulkan data dan informasi yang mendalam dengan berbagai buku, literatur, majalah, catatan, referensi lain, hingga hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi, guna mendapatkan landasan teori dan jawaban terhadap pembahasan yang ingin diteliti (Rully Indrawan, 2014:51). Dalam penyusunan penelitian ini, kami menggunakan metode studi kepustakaan sebagai salah satu metode mengumpulkan data untuk mendapatkan data-data yang belum diperoleh dalam melengkapi penyusunan penelitian. Sumber data lain yang kami dapat melalui website seperti *ebook*, jurnal dan lain sebagainya.

1.5.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan penulis dalam penyusunan Laporan Akhir ini adalah Deskriptif Kualitatif. Menurut Sugiyono (2012:15) Data kualitatif adalah data yang dapat dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar.

Dalam metode ini penulis akan melakukan pembahasan mengenai penerapan metode manajemen hubungan pelanggan pada CV. Kerabat Indo Jaya.