

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penjualan merupakan faktor utama untuk kesejahteraan perusahaan, hal ini dapat dilihat dari keuntungan penjualan yang dapat mempertahankan masa hidup perusahaan. Saat ini, banyak perusahaan yang bergerak dibidang industry yang sama, menjual berbagai produk yang sama sehingga membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Maka dari itu perlu strategi untuk mempertahankan perusahaan agar siap bersaing dengan perusahaan lainnya. PT JAFRA Cosmetics Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan, di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Masalah yang saat ini dialami oleh perusahaan PT JAFRA Cosmetics Indonesia adalah kurang pemasaran yang membuat jumlah penjualan menurun, sehingga masih banyak orang yang belum mengenal perusahaan tersebut dan belum memiliki ketertarikan dengan perusahaan tersebut. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan memperluas pangsa pasar agar mendapatkan pelanggan- pelanggan baru lainnya. Salah satu cara agar perusahaan dapat menuju kunci kesuksesan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yaitu dengan menerapkan strategi yang biasa dikenal dengan nama electronic-Customer Relationship Management (E-CRM).

Dalam perkembangan teknologi yang sekarang sudah banyak perusahaan yang menerapkan sistem e-CRM dalam meningkatkan hubungan-hubungan mereka dengan para customer nya yang dimana mereka harus melakukan inovasi pada penjualan

yang dilakukan serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Di Indonesia sudah banyak perusahaan yang menggunakan e-CRM dengan contoh perusahaan yang bergerak di bidang distributor biscuit Khong Guan dan Monde dirasakan perlu untuk membuat suatu rancangan e-CRM yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan di pasaran serta mengimbangi kemajuan-kemajuan yang terjadi. Dari beberapa perusahaan yang sudah memiliki CRM yang cukup tetapi mengingat perkembangan teknologi yang semakin pesat, sudah banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produk-produk mereka melalui situs perusahaan.

Pentingnya pelanggan bagi perusahaan dan hubungan pelanggan dengan perusahaan. Jika perusahaan tidak menjaga hubungan baik dengan pelanggan, kemungkinan yang akan terjadi adalah pelanggan akan memberikan pengaruh buruk kepada pelanggan lainnya, sehingga tidak lagi membeli produk perusahaan dan dampaknya akan menurunkan penjualan perusahaan bahkan dapat mengakibatkan kebangkrutan. Perkembangan teknologi saat ini pun berkembang sangat pesat, sehingga pertukaran informasi semakin lebih mudah. Maka dari itu diperlukannya strategi electronic-Customer Relationship Management (e-CRM) untuk menjaga hubungan baik pelanggan dengan perusahaan.

Masalah yang di hadapi dalam perusahaan ini adalah perusahaan belum menjalankan manajemen hubungan dengan customer secara optimal. Misalnya, pelanggan ingin mengetahui informasi tentang berbagai macam produk yang di sediakan di perusahaan ini harus melihat pada website yang sudah tersedia, dan juga tidak tersedianya wadah untuk memberikan konsultasi terkait macam-macam produk yang tersedia pada website. Kedua cara ini cenderung memakan waktu yang lebih lama, dan dinilai kurang efektif dan kurang memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan. Keterbatasan layanan juga masih dirasakan oleh perusahaan, karena pelayanan hanya bisa dilakukan pada jam kantor

saja, sehingga perusahaan tersebut ingin membuat layanan yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, sehingga interaksi yang dilakukan antara perusahaan dengan para pelanggannya juga menjadi terbatas oleh waktu, dan tempat.

Tujuan utama penelitian ini adalah dengan menerapkan electronic-Customer Relationship Management (e-CRM) diharapkan dapat memberikan dampak yang baik pada bidang pemasaran dan penjualan perusahaan. Serta diharapkan mendukung layanan bisnis tersebut sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan pada jangka panjang. Dengan menganalisis kebutuhan dan keinginan perusahaan untuk mencapai tujuannya, penelitian ini akan dibahas dan dijadikan topik untuk tugas akhir penulis dengan judul “ANALISIS DAN PERANCANGAN ELECTRONIC-CUSTOMER MANAGEMENT (E-CRM) BERBASIS WEB”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Perlunya menyediakan wadah untuk komplain, konsultasi, dan informasi terkait produk-produk yang tersedia.
2. Perlunya memberikan pelayanan kepada customer berupa respon yang optimal.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti meliputi:

1. Meningkatkan service quality PT JAFRA Cosmetics Indonesia dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.

2. Membantu customers mendapatkan wadah untuk tempat berkonsultasi secara realtime serta mendapatkan fasilitas pelayanan yang baik dan melihat detail .
3. Memberikan pelayanan berupa respon yang optimal kapan dan dimana saja bagi customer dalam meningkatkan hubungan baik dengan customer dan perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan tugas akhir akan menguraikan secara umum setiap bab untuk mendapatkan gambaran singkat mengenai tugas akhir ini, dengan mengikuti urutan penyajian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, tujuan, batasan masalah, dan sistematika penulisan, sebagai langkah awal dari penyusunan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis membahas tentang teori-teori dasar, tinjauan pustaka, dan model yang berhubungan dengan penulisan tugas akhir ini.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN METODOLOGI

Pada bab ini penulis akan membahas tentang gambaran instansi dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas Esa Unggul, visi dan misi, struktur organisasi, serta metodologi penelitian yang digunakan penulis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan rancangan sistem penjadwalan sidang pada program studi sistem informasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan mengemukakan kesimpulan dan saran terhadap instansi tersebut. Kesimpulan diperoleh berdasarkan saat pengerjaan perancangan sistem informasi penjadwalan sidang.