

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Organisasi dibentuk dengan tujuan tertentu yang telah disepakati bersama. Tujuan organisasi ada yang berorientasi laba dan nirlaba. Perkembangan organisasi laba semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga membuka peluang bagi pelaku organisasi laba untuk membuka usaha. Perkembangan tempat kuliner menjadi sangat populer di kalangan masyarakat saat ini. Dari hasil wawancara langsung tempat kuliner termasuk kedai kopi bagi masyarakat merupakan tempat dimana masyarakat berkumpul untuk beristirahat, tempat mengawali hari sebelum melaksanakan aktivitas rutin, menghabiskan waktu bersama keluarga, sebagai pusat interaksi sosial.

Kedai kopi atau warung kopi (warkop) di Kota Gorontalo semakin banyak, ini terlihat dari pengamatan langsung di lapangan yakni kurang lebih ada 10 (sepuluh) kedai kopi atau warung kopi (warkop) yang ramai di kunjungi setiap hari oleh pelanggan serta memberikan pelayanan yang sama termasuk tempat usaha *Coffee Toffee*. Karena banyaknya pelanggan yang sering berkunjung membuat usaha ini bersaing dalam merebut pelanggan sebanyak-banyaknya. Maka, *Coffee Toffee* harus menerapkan strategi bisnis agar dapat mempertahankan bahkan menambah pelanggan baru dengan memberikan layanan yang berbeda untuk memuaskan pelanggannya.

Pelanggan di *Coffee Toffee* sering menunggu lama untuk mendapatkan pesannya, dikarenakan belum adanya sistem yang dapat memudahkan pelanggan untuk melihat informasi menu beserta harganya dan sistem pemesanan yang baik. Selama ini pemesanan pengunjung menggunakan media kertas untuk pemesanan makanan dan minuman. Dengan media kertas menemui kendala-kendala antara lain adanya pemesanan yang rangkap (redundansi), tidak urutnya pembuatan pemesanan akibat bertumpuknya nota pemesanan terutama pada saat ramai pengunjung.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penyusun menawarkan solusi untuk meningkatkan pelayanan di *Coffee Toffee* dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web mobile* dengan membangun sistem informasi yang memanjakan pelanggan dengan memberikan informasi terkait menu, harga dan informasi meja serta promo yang diadakan *Coffee Toffee*. Sistem informasi yang ditawarkan pun membuat pelanggan dapat memesan tempat, menu sebelum berkunjung menggunakan smartphone. Selain itu, pelanggan dapat melakukan pemesanan langsung ketika berada di *Coffee Toffee* melalui smartphone tanpa harus menunggu pelayan, serta pelanggan dapat mengetahui jumlah pembayaran yang harus dibayar. Pelanggan dapat melakukan interaksi dengan perusahaan melalui jalur web dan chat, perusahaan dapat mengolah data pelanggan dengan baik melalui sistem informasi tersebut.

Sistem pemesanan melalui smartphone yang akan di rancang hanya untuk pelanggan yang sudah login sebagai member hal ini dapat memudahkan perusahaan untuk melakukan konfirmasi pesanan dan ketika pelanggan tidak

dapat berkunjung setelah melakukan booking maka akan dikurangi saldo pelanggan sesuai jumlah pesannya sehingga tidak merugikan perusahaan. Namun untuk pelanggan biasa tidak dapat melakukan pemesanan sebelum melakukan login, apabila pelanggan biasa melakukan pemesanan tempat serta menu dan tidak berkunjung maka hal ini akan merugikan perusahaan ketika pelayan telah menyediakan pesannya dikarenakan pelanggan biasa tidak memiliki fasilitas saldo seperti pelanggan yang sudah menjadi member.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web mobile* dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan *Coffee Toffee*.

## **1.3. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk mempermudah penelitian ini agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup penelitian yang akan dibahas yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan pada *Coffee Toffee* dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web mobile* dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan.

2. Membuat *fitur* yang berisi informasi yang di butuhkan pelanggan berupa informasi menu, harga makanan dan minuman, meja dan promo apa saja yang disediakan pada *Coffee Toffee*.
3. Menggunakan metode *User Centered Design* (UCD) yang berfokus kepada pengguna.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web mobile* dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan *Coffee Toffee*.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang dapat diambil dari adanya penelitian menggunakan konsep *Customer Relationship Manangement* (CRM) yaitu :

1. Memudahkan perusahaan dalam mempertahankan, mendapatkan pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta memudahkan dalam pemberian informasi kepada pelanggan
2. Memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan, menyampaikan saran dan kritik dalam hal pelayanan.
3. Memudahkan perusahaan dalam mengolah data pelanggan dan laporan penjualan.