

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Black House merupakan sebuah Toko yang menyediakan smartphone dan aksesoris samrtphone yang berlokasi di Gorontalo. Black House berdiri pada tahun 2013 dengan pelanggan perharinya 1-3 orang dan saat tahun 2015 pelanggan di Toko Black House meningkat dari yang 3 pelanggan perhari menjadi 10-30 perharinya. Sekarang black house sudah memiliki 9 mitra dalam daerah maupun luar daerah dan sekarang sudah menjual kurang lebih 1000 produk smartphone selama 5 tahun, untuk kedepannya Black House akan menjadi Distributor smartphone Xioami di Gorontalo.

Black House masih menggunakan system penjualan secara offline dan pelayanan transaksinya berupa cash (*offline*). Karena banyaknya pelanggan yang sering berkunjung membuat usaha ini bersaing dalam merebut pelanggan sebanyak-banyaknya. Maka, Black House harus menerapkan strategi bisnis agar dapat mempertahankan bahkan menambah pelanggan baru dengan memberikan layanan yang berbeda untuk memuaskan pelanggannya. Selama ini Pelanggan di Black House harus datang ke toko langsung agar dapat mendapatkan smartphone dan asesoris yang diinginkan, dikarenakan belum adanya sistem yang dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi type smartphone, asesoris beserta harganya dan sistem pemesanan yang baik.

Untuk mempertahankan pelanggan, meningkatkan hubungan antar pelanggan dan mendapatkan pelanggan yang baru perusahaan memerlukan metode atau ilmu yang disebut CRM (Customer Relationship Management) yang merupakan salah satu kegiatan marketing mengelola seluruh aspek daur hidup pelanggan. CRM merupakan strategi dari perusahaan agar tiap proses daur hidup pelanggan itu dapat dimanfaatkan dengan optimal. Yang pertama yaitu memberikan kemudahan akses informasi kepada calon pelanggan. Selain itu, adanya inovasi dan layanan yang menarik juga memberikan peranan penting dalam proses mendapatkan pelanggan baru, Yang ke dua meningkatkan hubungannya dengan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan pelayanan terbaik, misalnya menerima dan menangani keluhan, memberikan reward pada pelanggan setia dan yang ke tiga mempertahankan pelanggan dengan mendengarkan keluhan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan. (Kalakota & Robinson 2001 dalam sukrawantoro. 2014).

Berdasarkan permasalahan di atas, penyusun menawarkan solusi untuk meningkatkan pelayanan di Black House dengan menerapkan strategi bisnis Customer Relationship Management (CRM) berbasis *web mobile*. Dengan adanya sistem informasi ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan mendapatkan informasi tentang produk-produk, kemudahan saat melakukan transaksi atau saat pembelian, dan menyediakan media customer service untuk mendengarkan keluhan-keluhan pelanggan. Selain itu, system ini dapat dijadikan sebagai media

penyimpanan data pelanggan dan juga dapat mengarsipkan laporan pelanggan dan laporan penjualan yang dapat memantau perkembangan transaksi dalam penjualan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana membangun aplikasi CRM (Customer Relationship Management) berbasis mobile untuk mengoptimalkan kinerja pelayanan untuk pelanggan pada Toko Black House.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian :

1. Sistem yang dibuat menyediakan fitur atau media pemesanan secara online.
2. Penelitian yang dilakukan pada Black House dengan menerapkan strategi bisnis Customer RelationShip Management (CRM) berbasis web mobile dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan.
3. Disediakan layanan *Customer Service* untuk mendengarkan keluhan-keluhan pelanggan.
4. Disediakan kuisisioner untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
5. System yang dibuat dapat menyimpan data pelanggan dan juga dapat mengarsipkan laporan penjualan.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun aplikasi CRM (Customer Relationship Management) berbasis mobile untuk mengoptimalkan kinerja dalam pelayanan untuk pelanggan pada Toko Black House.

1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian adalah :

1. Menyediakan media pemesanan secara online untuk pelanggan.
2. Dengan aplikasi ini dapat menunjang pelayanan yang lebih memuaskan untuk pelanggan.
3. Memudahkan untuk perusahaan dalam adanya keluhan pelanggan (*Customer Service*).
4. Memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi tentang produk.