

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang Masalah

Informasi dan ilmu pengetahuan merupakan suatu aset berharga bagi suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya pada perkembangan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi juga membantu perusahaan dalam menjalin hubungan baik serta membangun loyalitas pelanggan. Kehadiran internet sangat membantu informasi dan ilmu pengetahuan tersebar sehingga dapat dimanfaatkan bagi para penggunanya. Berdasarkan data statistik perkembangan dunia internet saat ini, khususnya di Indonesia semakin marak. Internet sebagai media komunikasi dan informasi memberikan kemudahan dalam menyebarkan dan menerima informasi secara cepat dengan jangkauan yang luas. Dengan tetap terjalin komunikasi yang baik maka keinginan dan harapan dari konsumen dapat didengar dan dipelajari oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Pelanggan menjadi sangat penting bagi kunci suatu kesuksesan perusahaan karena walaupun ada begitu banyak modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan, katakanlah seperti tenaga kerja ahli yang terampil, investasi yang besar, peralatan dan perlengkapan yang canggih, produk yang berkualitas, dan lain sebagainya, namun apabila tidak ada hubungan yang baik dengan pelanggan, maka lama-kelamaan perusahaan akan gulung tikar juga. Karena seperti yang kita ketahui banyak muncul istilah yang

mengatakan bahwa “pelanggan adalah raja”, yang dimaksudkan bahwa pelanggan harus dilayani dengan sebaik-baiknya sesuai dengan tuntutan dan permintaan yang diinginkannya. Namun permasalahannya adalah tidak semua perusahaan dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan karena banyaknya keterbatasan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya.

Dari bahasan sebelumnya dapat diketahui bahwa perkembangan teknologi yang meningkat serta pemenuhan perusahaan dalam melakukan pemasaran dan membina hubungan baik dengan pelanggan, dapat diwujudkan dalam suatu sistem yang mengatur hubungan dengan pelanggan yaitu penggunaan CRM atau *Customer Relationship Management*. Dengan CRM ini dapat digunakan untuk mempelajari lebih jauh mengenai kebutuhan dan perilaku pelanggan dalam rangka mengembangkan suatu hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. CRM menjanjikan biaya-biaya yang lebih rendah, laba yang lebih besar, koordinasi yang lebih mudah, layanan lebih cepat, dan kepuasan serta kesetiaan pelanggan yang lebih tinggi. Penggunaan CRM kemudian ditingkatkan menjadi lebih efektif dengan dukungan internet menjadi *Electronic CRM* yang dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan internet saat ini. *Electronic CRM* ini menggunakan internet dengan membuat website yang dapat diakses oleh pelanggan dari berbagai waktu dan tempat guna meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif dari perusahaan dimana akan dibangun pengetahuan mengenai pelanggan yang bersifat

individual, secara tidak langsung menstimulasikan strategi marketing dari perusahaan. Disamping itu dengan *Electronic CRM* ini diharapkan dapat mendukung bahkan menggantikan tenaga *customer service* perusahaan dalam melayani pelanggan baik dalam memberikan informasi maupun menjadi sarana penyampaian saran dan kritik pelanggan kepada perusahaan yang berbasiskan website.

Universitas Gunungkidul merupakan lembaga pendidikan tinggi yang berada di Kabupaten Gunungkidul tepatnya di Jalan KH. Agus Salim No.170 Wonosari Gunungkidul. Pada Universitas Gunungkidul ini, informasi yang disampaikan masih bersifat manual antara mahasiswa dan lembaga memiliki berbagai kendala yang dihadapi seperti informasi yang disampaikan tidak *up-to-date*, dan informasi mengenai perkuliahan yang seharusnya disampaikan antar pendidikan di luar kampus tidak berjalan dengan baik disamping itu respon dalam menghadapi pertanyaan-pertanyaan ataupun informasi yang ingin didapatkan mahasiswa masih sangat lama dan susah didapatkan, dimana mahasiswa terlebih dahulu harus datang ke kampus untuk bisa mendapatkan informasi yang diinginkannya.

Maka dari beberapa keterbatasan-keterbatasan tersebut, tujuan dari penerapan aplikasi *Electronic CRM* ini adalah menciptakan suatu proses komunikasi dan penyampaian informasi yang memberikan kemudahan bagi mahasiswa dan dosen dalam proses penyampaian, penerimaan, dan penyimpanan informasi mengenai perkembangan data yang akan diinformasikan secara berkala sesuai dengan pola penyampaian yang ada

tanpa harus hadir secara langsung dan memberikan ruang diskusi bagi mahasiswa yang ingin menanyakan atau berbagi pengetahuan tentang kegiatan akademik, serta menyediakan suatu wadah penyimpanan hasil dari berbagai informasi dan pengetahuan yang didapatkan melalui kegiatan rutin yang dilaksanakan serta penerapan aplikasi *Electronic CRM* ini juga dapat memberikan suatu keunggulan bersaing bagi Universitas Gunungkidul dalam melayani pelanggannya. Hasil rancangan yang diharapkan aplikasi *Electronic CRM* dimana usernya adalah mahasiswa, diberikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan serta mahasiswa juga dapat menyampaikan aspirasinya.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Secara umum masalah yang dikaji dalam penulisan ini adalah untuk mendapatkan sebuah model sistem CRM (*Customer Relationship Management*) yang dapat di gunakan untuk untuk mendorong timbulnya loyalitas yang tinggi dan meningkatkan kepuasan pelanggan terutama lembaga pendidikan tinggi. Berdasarkan permasalahan di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

*"Bagaimana merancang CRM (Customer Relationship Management) yang tepat untuk Universitas Gunungkidul?"*

### **1.3. Batasan Masalah**

Dalam penulisan ini agar pembahasan menjadi lebih terfokus maka penelitian dibatasi pada beberapa hal, yaitu :

1. Analisa dan pemecahan masalah kebutuhan sistem pelayanan dan pemasaran pada Universitas Gunungkidul.
2. Perancangan sistem CRM (*Customer Relationship Management*) berbasis web yang dapat di gunakan untuk mendukung akademik dan dapat saling melakukan interaksi.
3. Perancangan sistem CRM yang dapat memberikan informasi dan mampu menjawab keluhan ataupun pertanyaan dari pelanggan.

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

Tujuan yang ingin dicapai melalui analisa perancangan CRM (*Customer Relationship Management*) berbasis web pada universitas gunungkidul yaitu:

1. Menganalisa kebutuhan sistem pelayanan dan pemasaran Universitas Gunungkidul.
2. Merancang sebuah sistem CRM (*Customer Relationship Management*) berbasis web yang dapat mendukung pengelolaan informasi dan memberikan kemudahan interaksi.

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

Dengan adanya perancangan CRM ini manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Institusi Pendidikan

- a. Membantu institusi dalam memperluas pemasaran untuk menarik mahasiswa baru dengan menawarkan pelayanan lebih baik. Dengan begitu akan mengurangi biaya untuk promosi secara konvensional karena sekarang bisa melalui website. Sehingga peluang untuk memenangkan calon pelanggan semakin besar.
- b. Meningkatkan kepuasan pelanggan utama institusi pendidikan yaitu mahasiswa dengan memberikan sistem pelayanan terintegrasi sehingga menciptakan timbulnya hubungan yang lebih baik dan mendorong loyalitas mahasiswa.
- c. Aplikasi CRM dapat menjadi salah satu bentuk keunggulan bersaing bagi Universitas Gunungkidul.

### 2. Bagi Mahasiswa

- a. Kemudahan menyampaikan keluhan, kritik, saran dan pertanyaan kepada Universitas Gunungkidul.
- b. Memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam melakukan kegiatan melalui penyediaan dalam fitur-fitur sistem CRM.

### 3. Bagi masyarakat / calon pelanggan

- a. Kemudahan bagi masyarakat ataupun calon mahasiswa untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan lebih efektif tanpa di batasi ruang dan waktu.

## 1.6. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa langkah dalam metode penelitian. Langkah-langkah dalam penelitian ini adalah :

### 1. Studi pustaka

Dengan mencari dan mempelajari bermacam-macam literatur untuk membangun aplikasi ini dan yang berkaitan dengan referensi penulisan landasan teori.

### 2. Observasi

Merupakan tahap pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap sistem yang sedang berjalan.

## 1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran umum secara singkat mengenai isi dari penulisan skripsi ini penulis membagi dalam lima bab, yang secara garis besar berisi uraian sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi pembahasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang berisi gambaran singkat mengenai isi penulisan.

## **Bab II Landasan Teori**

Bab ini menguraikan secara teoritis mengenai teori-teori yang berhubungan dengan topik yang bersangkutan, yang dapat mendukung proses analisis dan perancangan CRM.

## **Bab III Analisa Dan Perancangan Sistem**

Pada bab ketiga ini membahas tentang sejarah, struktur organisasi Universitas Gunungkidul, prosedur yang berlaku pada institusi tersebut, metode pengumpulan data dan permasalahan yang sedang di hadapi. Serta menyajikan data-data yang terkumpul selama penelitian, pengelolaan terhadap data yang terkumpul serta pembahasan apa yang menjadi permasalahan dalam institusi pendidikan tersebut.

## **Bab IV Implementasi Dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan rencana implementasi CRM berbasis web berdasarkan perancangan sistem yang di usulkan dan juga analisa yang telah di lakukan, serta cara penggunaan aplikasi.

## **Bab V Penutup**

Simpulan dari hasil analisis, perancangan, implementasi dan pembahasan CRM (*Customer Relationship Management*) yang di terapkan pada Universitas Gunungkidul. Selain itu juga berisi saran yang bermanfaat untuk pengembangan lebih lanjut.