

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin berkembang ini, pelanggan memiliki peranan penting sebagai tolak ukur dalam pencapaian target. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan, berarti meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan akan suatu kinerja yang diberikan oleh toko. Oleh karena itu kepercayaan pelanggan merupakan faktor terpenting untuk mempertahankan pelanggan.

Didalam bisnis pun terdapat kendala-kendala baik internal ataupun eksternal. Hambatan yang dihadapi merupakan pemasaran produk, teknologi, pengelolaan keuangan, permodalan dan serta mutu sumberdaya manusia. Di tuntut untuk mengembangkan Strategi yang tepat supaya mampu bersaing dengan baik. Sistem pengukuran kinerja merupakan salah satu bentuk wujud yang digunakan untuk memonitor implementasi strategi objektif yang ditetapkan oleh pimpinan perusahaan, tidak terkecuali pada Toko Alen Brian yang diinginkan pelanggan.

Hambatan Toko Alen Brian ini merupakan kesusahan memasarkan produk pakaian serta mempertahankan pasar yang sudah ada. Tidak hanya itu minimnya strategi pemasaran serta menjaga hubungan dengan pelanggan. Jika hal ini dibiarkan maka dapat menyebabkan menyusutnya jumlah pelanggan akan kesulitan menerobos pangsa pasar baru serta tidak mengetahui produk-produk yang diinginkan oleh pelanggan.

Selama ini Toko Alen Brian berfokus pada strategi yang berorientasi pada produk belum berorientasi pada pelanggan. Hal ini dikarenakan pemahaman dan mempertahankan pelanggan merupakan salah satu strategi dalam keberhasilan pelanggan. Kendala – kendala yang dihadapi Toko Alen brian yang berkaitan dengan pelanggan tersebut diatasi dengan *CRM (customer relationship management)* dari permasalahan diatas adalah *CRM scorecard*. *CRM scorecard* merupakan sebuah *framework* pengukuran kinerja yang mampu mengidentifikasi faktor - faktor yang dapat mempengaruhi ke berhasilan CRM baik secara objektif maupun Subjektif. Selain itu *CRM Scorecard* juga melakukan pengukuran terhadap kinerja dan mengidentifikasi dari sudut pandang performa organisasi, pelanggan, proses bisnis dan infrastruktur. *CRM Scorecard* sebagai komponen penting dari suatu sistem informasi organisasi dan digunakan untuk mengevaluasi strategi dan kinerja bisnis serta mengembangkan solusi secara cerdas.

1.2 Rumusan Masalah

Pemasaran menurun akibat tidak menjalin hubungan dengan pelanggan, sehingga pelanggan meninggalkan hubungan solusi yang baik dengan CRM *scorecard* yang mengidentifikasi faktor penyebab menurunnya pelanggan

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui faktor yang terjadi yang menyebabkan penurunan pelanggan dengan CRM *scorecard*

1.4 Batasan Masalah

Pembahasan tidak terlalu luas dan dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka batasan yang diberikan adalah meneliti faktor penyebab menurunnya pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pembahasan, penulis membagi dalam beberapa bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang betapa pentingnya pengukuran kinerja pelayanan kepada pelanggan di Toko Alen brian, merumuskan permasalahan yang akan dikaji serta memberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian yang dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang teori yang mendukung penelitian mengenai pengukuran kinerja pelayanan kepada pelanggan dengan CRM (*customer relationship management*) pada CRM *scorecard*.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi diagram alur yang dijadikan sebagai gambaran serta garis besar tahapan awal dalam penelitian sampai dengan metode yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA

Pembahasan mengenai pengolahan data yang telah diperoleh, kemudian menganalisa sehingga dapat merancang perbaikan penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menarik suatu kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta memberikan saran sebagai suatu solusi atas permasalahan yang ada di Toko Alen Brian, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan.

