

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini sangat berpengaruh pada semua bidang dalam kehidupan tidak terkecuali dalam dunia bisnis, tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis saat ini menuntut semua pelaku bisnis untuk memiliki cara-cara khusus, kreatif dan mengikuti perkembangan jaman dalam kegiatan pemasaran agar mendapatkan kepercayaan pelanggan. Salah satu caranya adalah mengelola hubungan baik dengan pelanggan atau biasa disebut dengan *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Pelanggan).

*Customer Relationship Management* (CRM) adalah sebuah pendekatan untuk mengelola interaksi perusahaan dengan pelanggan saat ini dan masa depan. Ini sering melibatkan menggunakan teknologi untuk mengatur, mengotomatisasi, dan sinkronisasi penjualan, pemasaran, layanan pelanggan, dan dukungan teknis. (Dudung, 2015)

Salah satu lembaga pendidikan yang memiliki manajemen pemasaran adalah STT Terpadu Nurul Fikri. Saat ini bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri masih menggunakan metode *digital marketing* dan belum menerapkan konsep pemasaran *Customer Relationship Management*. *Digital marketing* yang dilakukan oleh bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri ditujukan untuk calon mahasiswa sehingga mahasiswa belum mendapatkan pelayanan yang maksimal. Dari awal berdirinya STT Terpadu Nurul Fikri hingga saat ini ada cukup banyak mahasiswa yang memutuskan untuk berhenti kuliah di STT Terpadu Nurul Fikri.

Salah satu cara untuk mencegah Mahasiswa berhenti adalah dengan membangun interaksi, komunikasi dan pendekatan antara mahasiswa dengan STT Terpadu Nurul Fikri, oleh karena itu STT Terpadu Nurul Fikri perlu mengimplementasikan *Customer Relationship Management* sehingga mahasiswa akan memberikan loyalitas dan

kepercayaan kepada STT Terpadu Nurul Fikri serta tidak akan ada lagi mahasiswa yang berhenti kuliah ditengah semester.

Implementasi CRM dapat dilakukan dengan menggunakan *software* SugarCRM dan media komunikasi *email*. *Email* merupakan teknologi yang dapat digunakan untuk berinteraksi langsung atau bertukar informasi dengan pelanggan, Email diharapkan berguna untuk membangun dan mengelola hubungan baik dengan semua pelanggan, serta informasi yang diberikan STT Terpadu Nurul Fikri kepada pelanggan akan lebih cepat dan mudah. Penelitian dengan judul “Implementasi *Customer Relationship Management* Menggunakan SugarCRM di Bagian Pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri” ini dilakukan untuk membantu meningkatkan kinerja bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengimplementasikan *Customer Relationship Management* menggunakan *software* SugarCRM di bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri?
2. Bagaimana proses kerja bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri sebelum mengimplementasikan CRM menggunakan SugarCRM?
3. Bagaimana rekomendasi cara kerja setelah implementasi di bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

Adapun Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan *Customer Relationship Management* menggunakan SugarCRM di bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri.

2. Mengetahui proses kerja bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri sebelum mengimplementasikan *Customer Relationship Management* menggunakan SugarCRM.
3. Merekomendasikan cara kerja setelah implementasi di bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri.

Manfaat yang akan dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas dan efisiensi kerja bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri dengan menggunakan *software* SugarCRM.
2. Hubungan dengan pelanggan terjalin dengan baik di STT Terpadu Nurul Fikri
3. Meningkatkan kepercayaan pelanggan STT Terpadu Nurul Fikri
4. Bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri dapat memberikan informasi kepada pelanggan dengan mudah dan cepat.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Implementasi *Customer Relationship Management* menggunakan modul Email, Account, Contact dan Calendar dalam aplikasi SugarCRM namun fasilitas komunikasi yang digunakan hanya *email*.
2. Pelanggan STT Terpadu Nurul Fikri adalah mahasiswa.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini terdiri dari 6 (enam) bab, yaitu:

##### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab pembuka dari laporan penelitian yang akan membahas gambaran umum mengenai pelaksanaan Tugas Akhir. Pada bab ini akan memuat tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

## **2. BAB II KAJIAN LITERATUR**

Pada bab ini akan membahas tentang teori-teori dasar yang dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian, diantaranya adalah manajemen pemasaran, *Customer Relationship Management*, aplikasi SugarCRM dan lain sebagainya. Berbagai teori ini diperoleh dari studi literatur berbagai macam referensi yang berkaitan dengan Tugas Akhir.

## **3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan mulai dari tahapan perencanaan hingga tahapan uji coba.

## **4. BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini berisi analisis perencanaan sistem yang akan diimplementasikan untuk membangun *Customer Relationship Management* di bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri.

## **5. BAB V IMPLEMENTASI DAN EVALUASI**

Pada bab ini akan membahas hasil dari implementasi dan evaluasi terhadap implementasi *Customer Relationship Management* setelah dilakukan penerapan aplikasi SugarCRM pada bagian pemasaran STT Terpadu Nurul Fikri.

## **6. BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan-kesimpulan mengenai pelaksanaan kegiatan tugas akhir baik dari isi maupun proses serta saran-saran yang dapat diberikan pengembangan penelitian lebih lanjut.

STT - NF