BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rewa Fight Gym merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa layanan kebugaran yang didirikan oleh dua bersaudara keluarga Andi Ananda Manggabarani yang berdiri pada tahun 2012 dan berlokasi di Jalan Terusan Pak Gatot No.54 Bandung. Rewa Fight Gym adalah salah satu tempat penyedia jasa layanan pusat kebugaran ayau *Boxing Training Gym – Muaythai.* Lingkup usaha Rewa Fight Gym yaitu di bidang layanan jasa gerai latihan dan konsultasi, di samping itu ada usaha pendukungnya adalah menyediakan kebutuhan yang diperlukan para pelanggan yang berlatih. Terdapat dua jenis pelayanan di CV Rewa Perkasa Timur yaitu *soft* dan *ultimate.* Layanan *soft* memiliki empat pertemuan setiap bulanya sedangan layanan *ultimate* memiliki delapan pertemuan setiap bulanya.

Berdasarkan data pengunjung dan wawancara yang dilakukan kepada manajer *brach* yaitu Aldy nur prasetya, Rewa Fight Gym memiliki target pengunjung setiap bulanya yaitu 300 orang pada setiap buanya pada tahun 2016. Namun target yang dituju belum pernah tercapai, dimana jumlah pengunjung Rewa Fight Gym paling tinggi berada di angka 254 pengunjung. Tidak tercapainya target tersebut menunjukan bahwa industri ini sangat kompetitif, sehingga perusahaan mengalami kesulitan untuk berkembang.

Selain itu berdasarkan data hasil kuisioner sample (Lampiran D) menunjukan bahwa ada beberapa unsur yang dirasa kurang oleh *customer* yaitu lokasi. Dari data tersebut Rewa Fight Gym harus melakukan perbaikan kualitas layanan yang diprioritaskan pada unsur yang memiliki skor paling rendah, sedangkan unsur yang memiliki skor tinggi harus dipertahankan.

Sementara itu *marketing mix* merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaranya di pasar sasaran. *Marketing mix* memiliki empat indikator yaitu Produk, Harga, Lokasi dan Promosi. Standarisasi Produk dibentuk oleh manager oprasional meliputi kualitas

fisik, peralatan, pelayanan yang diberikan, kecepatan pelayanan, dan pengetahuan petugas untuk memenuhi kebutuhan *customer*. Penentuan harga disesuakan dengan target pasar dan kualitas fasilitas gerai latihan agar dapat bersaing dengan kompetitor dan *customer* akan kembali berlatih di CV Rewa Perkasa Timur. Lokasi mulanya adalah tempat tinggal pribadi yang dialih fungsikan menjadi gerai latihan, akses yang mudah dan lokasi yang berada ditengah pemukiman menjadi keuntungan sendiri bagi CV Rewa Perkasa Timur. Promosi yang dilakukan oleh manager marketing bermula untuk menarik *customer* baru dan mempertahankan *customer* lama agar perusahaan dapat berkembang ditengah persaingan yang ada.

Selain itu kepuasan pelanggan merupakan tingkat kesesuaian antara produk dan jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang telah diterima. Tingkat kesesuaian tersebut merupakan hasil penilaian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan jasa layanan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain. Maka dibutuhkan pengukuran kualitas layanan yang ada diantara presepsi dan ekspektasi member sehingga Rewa Fight Gym dapat mengetahui seberapa besar selisih antara presepsi member terhadap layanan yang telah diterima dengan ekspektasi member terhadap pelayanan yang akan diterima agar sesuai dengan kebutuhan member.

Maka dibutuhkan sebuah strategi bisnis yang mengatur hubungan antara pelanggan dengan perusahaan agar para pelanggan dapat memilih untuk tetap melanjutkan hubungan saling menguntungkan dan untuk mengantisipasi agar hubungan tersebut menjadi tidak menguntungkan perusahaan. Oleh karena itu, strategi yang dibutuhkan yaitu dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai upaya perbaikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan member pada Rewa Fight Gym.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana pengaruh kualitas layanan pada produk, harga, lokasi dan promosi (*marketing mix*) terhadap kepuasan pelanggan dengan pendekatan CRM di CV Rewa Perkasa Timur yang harus dicapai tiap bulanya?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisa, menjawab, dan mengukur sejauh mana pengaruh *Marketing Mix* (bauran pemasaran) terhadap kepuasan pelanggan diCV Rewa Perkasa Timur.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Untuk membantu manager operasional mengetahui dan memperbaiki *marketing mix* serta kualitas layanan yang diberikan Rewa Fight Gym berdasarkan data keluhan *customer* yang diolah oleh manager orasional. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan Rewa Fight Gym.

1.4 Batasan Masalah

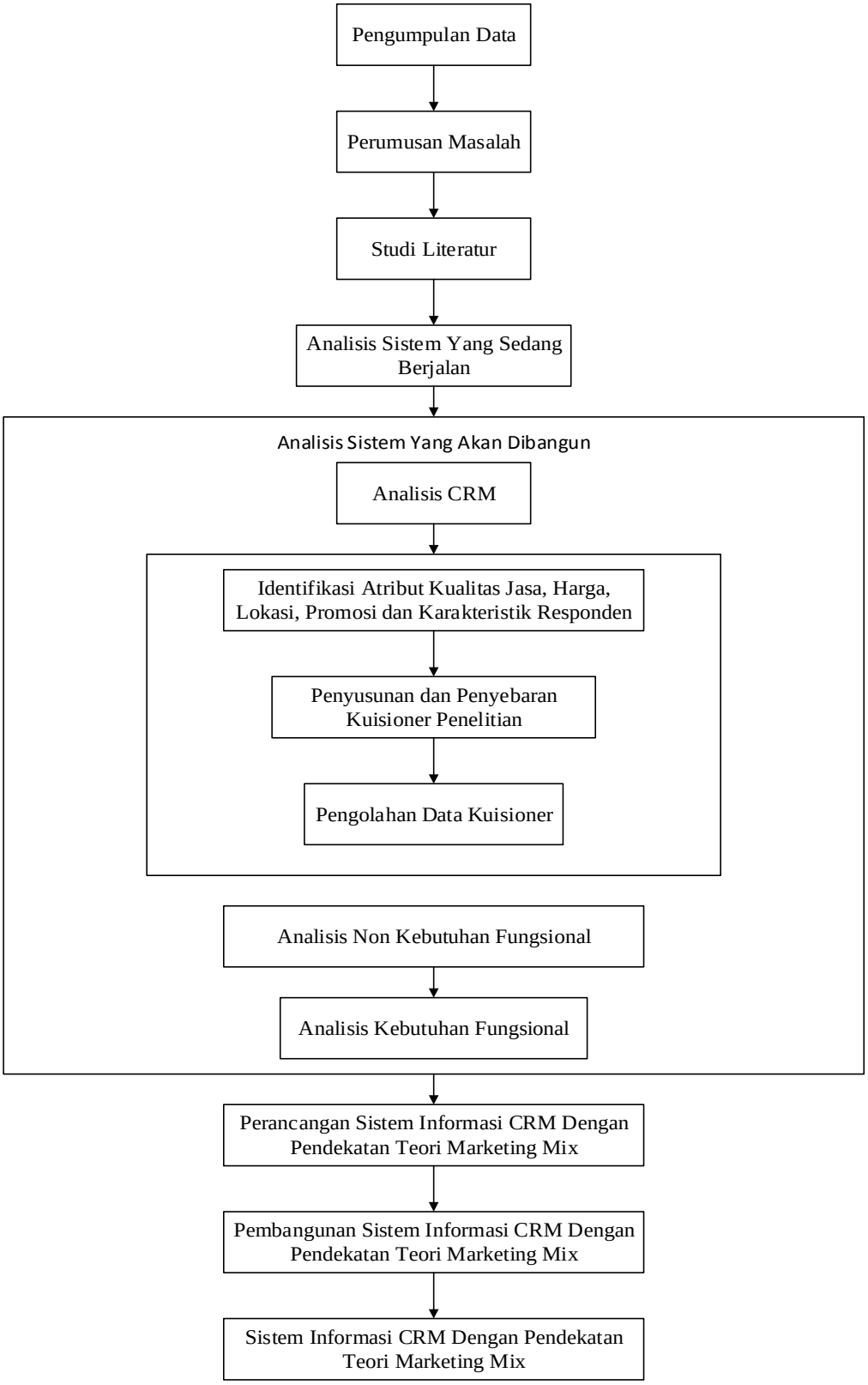
Adapun batasan masalah dalam pembangunan sistem informasi *Customer Relationship Management* ini sehingga ruang lingkup permasalahan menjadi jelas dan terarah. Batasan masalah dalam penilitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang dianalisis diantaranya:
   a. Data keluhan konsumen CV Rewa Perkasa Timur.
   b. Data laporan pelaksanaan survei kepuasan pelanggan eksternal di CV Rewa Perkasa Timur.
2. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *marketing mix*, unsur-unsur yang dibahas dalam *marketing mix* :
   1. *product*
   2. *Price*
   3. *Place*
   4. *promotion*
3. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan *Analytical* CRM.

4. Metode yang digunakan pada kuisioner dalam mengukur kualitas pelayanan konsumen menggunakan metode *Service Quality.* Indikator analisisnya terdiri dari lima dimensi yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan dan Kepastian), dan *Empathy* (Empati).
5. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstruktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).
6. Sistem informasi yang dibangun berbasis *web*, menggunakan bahasa pemrograman PHP dan DBMS menggunakan *MySQL*.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian agar tidak menyimpang dari tujuan sebelumnya.



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian Pembangunan Sistem Informasi CRM

Berikut adalah metodologi penelitian yang menjadi acuan dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi (*Marketing Mix*) Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Rewa Perkasa Timur" dapat dilihat pada gambar 1.1

Adapun keterangan dan langkah-langkah yang tergambar pada Gambar 1.1 sebagai berikut:

1. **Pengumpulan data**

   Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Untuk membuktikan hipotesis secara empiris, dilakukan proses wawancara dan observasi kepada responden yaitu manajer marketing, manajer branch dan manajer operasional di CV Rewa Perkasa Timur terkait penelitian.

2. **Perumusan masalah**

   Perumusan masalah dalam penelitian sangat berguna untuk menghilangkan kebingungan akan suatu hal dan menghindari kesalahan dalam kegiatan penelitian. Tahapan kedua akan dilakukan perumusan masalah yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management* yang akan dibangun dengan melakukan analisis SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunties-Threats*). Analisis SWOT adalah metode perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

3. **Studi Literatur**

   Dengan melakukan studi literatur yang telah ada,peneliti akan dapat lebih sistematis tentang cara-cara penulisan karya ilmiah. Tahap ini dilakukan pengumpulan teori-teori yang berhubungan dengan

permasalahan *Customer Relationship Management* yang dibahas dalam penelitian.

4. **Analisis Sistem yang Sedang Berjalan**

   Tahap ini bertujuan menganalisis sistem yang sudah berjalan pada perusahaan atau tempat penelitian. Analisis sistem yang sedang berjalan adalah pemodelan untuk menjelaskan tiap-tiap prosedur yang ada di CV Rewa Perkasa Timur.

5. **Analisis Sistem yang Akan Dibangun**

   Tujuan utama analisis sistem adalah untuk menentukan detail tetang apa saja yang akan dikerjakan oleh usulan sistem. Pada tahap ini, dilakukan analisis sistem yang terdiri dari:

   a. **Analis CRM**

      Analisis ini dengan menggunakan *Value Chain* CRM dari F. Buttle dimana pada analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi lima tahap penting dalam pengembangan dan penerapan strategi CRM.

   b. **Analisis Kepuasan Pelanggan**

      Dalam penelitian ini, analisis kepuasan pelanggan dilakukan denga tahapan-tahapan sebagai berikut:

      1) **Identifikasi Atribut Kualitas Jasa dan Karakteristik Responden**

         Tahap ini bertujuan untuk mengetahui jenis reponden dalam yang sesuai dengan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah member dan non member di CV Rewa Perkasa Timur.

      2) **Penyusunan dan Penyebaran Kuisioner**

         Kuisioner dibangun berdasarkan kriteria dari unsur layanan, harga, lokasi dan promosi. Kuisioner ini terdiri dari dua jenis, yaitu kuisioner presepsi customer dan ekspektasi customer. Kuisioner yang telah tersusun diberikan kepada 30 customer.

      3) **Pengolahaan Data Kuisioner**

Pengolahan data kuisioner berisi perhitungan gap 5 yaitu harapan customer mengenai layanan jasa yang sesuai terhadap kenyataan pelanggan yang dirasakan oleh customer.

6. **Analisis Kebutuhan Non Fungsional**

   Kebutuhan non-fungsional merupakam batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi.

7. **Analisis Kebutuhan Fungsional**

   Kebutuhan fungsional adalah pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Merupakan alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan sistem secara umum yang akan dibangun yaitu *diagram context* dan *data flow diagram*.

8. **Perancangan Sistem Informasi CRM Dengan Pendekatan Teori *Marketing Mix***

   Perancangan sistem informasi CRM meliputi perancangan *database* yang akan dibangun, perancangan antarmuka dan stukrur menu apa saja yang nantinya hadiir didalam sistemyang akan dibangun.

9. **Pembangunan Sistem Informasi CRM Dengan Pendekatan Teori *Marketing Mix***

   Pada tahap ini, pembangunan sstem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) dari hasil analisis dan perancangan kedalam bahasa pemograman PHP dan MySQL. Dimulai dari hasil analisis yang diterapkan terhadap sistem yang akan dibangun, meliputi hasil analisis kebutuhan fungsional maupun non-fungsional. Sistem informasi CRM akan dibangun berbasiskan *web.*

10. **Pengujian Sistem Informasi CRM Dengan Pendekatan Teori *Marketing Mix***

    Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah dibangun maupun menditeksi kesalahan dalam sistem tersebut. Terdapat beberapa pengujian, yaitu:

a. Pengujian *alpha*

   Menggunakan metode *black box* akan dilakukan pengujian *alpha*. Pengujian ini berfokus pada persyaratan fungsional suatu perangkat lunak.

b. Pengujian *beta*

   Pengujian beta merupakan pengujian program secara langsung pada responden. Responden diminta untuk mengisi kuisioner yang berisi pertanyaan seputar program yang sedang dikerjakan.

11. Sistem Informasi CRM Dengan Pendekatan Teori *Marketing Mix*

Tahapan terakhir penelitian adalah menghasilkan sebuah sistem informasi CRM dengan pendekatan teori *marketing mix*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun untuk memberikan gambaranumum tentang hal-hal yang akan ditulis berkaitan dengan penelitian. Sistematika penulisan tugas akhir iniadalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas hal-hal yang menjadi latar belakang masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai profil institusi, yang meliputi sejarah, logo, badan hukum, struktur organisasi sebuah institusi dan hal – hal lain yang menjelaskan tentang institusi dan menjelaskan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan aplikasi yang akan dibangun.

BAB 3 PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisis masalah-masalah dan kebutuhan-kebutuhan seperti kebutuhan fungsional, kebutuhan *non* fungsional, serta kebutuhan yang diperlukan dari model penelitian yang kemudian dirancang menjadi suatu perangkat lunak yang dapat berfungsi dengan baik .

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisi pembahasan implementasi serta penjelasan tentang teknik dan strategi pengujian sistem yang digunakan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari perancangan sistem dan saran untuk pengembangan sistem yang lebih baik.