**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi pada saat sekarang ini membuat perusahaan harus menyadari dengan cermat target pasar yang di tujunya dan tingkat kualitas produk atau jasanya. Selain itu, faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah tingkat *value* yang mampu diberikan kepada pelanggan dan cara memperlakukan pelanggan dari hari ke hari. Beberapa riset yang telah di lakukan, menunjukkan bahwa dalam strategi bisnis mempertahankan pelanggan lebih menguntungkan dari pada menarik pelanggan baru.

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata para pelanggannya. Tujuan utama CRM adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan (*behavior*) pelanggan.

PT. Mandiri Finance Indonesia Cabang Manado Yang resmi berdiri pada tahun 1992. Perusahaan yang khususnya melayani kredit di bidang *otomotif*

khususnya produk kawasaki ini telah berkembang pesat seiring meningkatnya minat masyarakat dalam melakukan kredit di perusahaan *finance*. Karyawan PT. Mandiri *Finance* Indonesia dituntut untuk lebih *produktif* dalam bekerja, untuk dapat memenangkan persaingan antar sesama perusahaan *Leasing*. Salah satu cara untuk tetap mempertahankan *produktivitas* karyawan dan pengembangan usaha adalah dilihat dari cara karyawan dalam menangani pelanggan dengan pelayanan yang baik.

Fungsi CRM bagi perusahaan untuk mendukung kegiatan bisnis perusahaan, seperti penjualan/*sales*, *Marketing, customer, training, HRD,* dll. Jelas bahwa ciri sebuah CRM adalah mengintegrasikan bagian-bagian yang memiliki mata rantai dengan konsumen. Masalahnya yang telah saya amati yaitu keintiman pelanggan yang belum terbentuk, karena masih kurangnya dan belum maksimalnya pelayanan dalam berkonsultasi dan mencari informasi, tentang masalah atau kendala yang mereka hadapi disini mereka masih harus menunggu lama bahkan berhari-hari dalam hal berkonsultasi, pada zaman yang sudah canggih ini sebenarnya sudah dapat mempermudah perusahaan dalam malayani pelanggan dengan menggunakan sistem dan teknologi seperti internet, *website* dan lain-lainnya. Serta beberapa penerapan CRM masih belum maksimal dalam pelaksanaannya. Dengan penerapan CRM (*Customer Relationship Management)* seperti: Membangun Database pelanggan yang terperinci, Membuat profil pelanggan, Peran software aplikasi CRM, Analisis portofolio pelanggan

,Keintiman pelanggan, Pengembangan jaringan, Pengembangan proporsi nilai, Mengelolah siklus hidup pelanggan, Menambah SDM (sumber daya manusia).

pada perusahaan PT. Mandiri *Finance* Indonesia Cabang Manado dapat mempermudah perusahaan dalam menerapkan CRM.

Banyak hal positif yang dapat terbantu dengan adanya CRM *(Customer Relationship Manado)* antara lain yaitu dapat dilakukan analisis mengenai konsumen berdasarkan kriteria tertentu, informasi konsumen yang di dapat disimpan pada sebuah data *historical* sehingga dapat mempermudah proses selanjutanya, dapat menampilkan *warning reminder.*

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk menulis judul Tugas Akhir tentang **Penerapan CRM *(Customer Relationship Management) mandiri finance indonesia* Cabang Manado.**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasikan masalah yang di jadikan bahan penelitian selanjutnya yaitu :

1. Belum maksimalnya pelayanan bagi konsumen yang mencari informasi dan berkonsultasi pada PT.Mandiri *Finance* Indonesia cabang Manado.

2. Penerapan CRM(*Customer Relationship Management*) pada perusahaan belum maksimal.

**1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Identifikasi Masalah yang telah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut “Apakah penerapan CRM *(Customer Relationship Management)* pada PT. Mandiri *Finance* Indonesia Cabang Manado sudah maksimal dalam membangun hubungan dengan pelanggan?”.

**1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui penerapan *Customer Relationship Management* pada

PT.Mandiri *Finance* Indonesia Cabang Manado.

**1.5 Manfaat Penulis**

**1. Bagi pihak perusahaan**

Sebagai bahan masukan untuk perusahaan agar bisa menjalin hubungan baik dengan pelanggan, melalui penerapan CRM *(Customer Relationship Mangement)* dalam perusahaan.

**2. Bagi Politenik Negeri Manado**

Sebagai bahan referensi bagi Politeknik Negeri Manado khususnya jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Pemasaran.

**3. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mempelajari dan menambah wawasan kepada penulis tentang penerapan CRM *(Customer Relationship Management).*

**1.6 Metodologi Penelitian**

**1.6.1 Objek dan waktu penelitian**

Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis melakukan penelitian pada tempat dimana pada waktu penulis melakukan praktek kerja lapangan pada PT. Mandiri Finance Indonesia Cabang Manado, yang berlokasi di Jl. Wolter

Monginsidi No.1 Blok SW,Komp,Bahu mall, Malalayang kota Manado Sulawesi Utara. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Februari- Mei 2018.

**1.6.2 Metode dan Jenis Penelitian.**

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian (McMillan & Schumacher, 2003). Penelitian kualitatif juga bisa dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya ( Strauss & Corbin, 2003). Sekalipun demikian, data yang dikumpulkan dari penelitian kualitatif memungkinkan untuk dianalisis melalui suatu penghitungan. Penelitian kualitatif (*Qualitative research*) bertolak dari filsafat *konstruktivisme* yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial *(a shared social eperience*) yang diinterpretasikan oleh individu-individu. (Nana Syaodih, 2001 : 94).

**1.6.3 Jenis Data dan Pengumpulan Data**

**1. Jenis Data**

a. Data Primer: Data yang di kumpulkan sendiri oleh penulis dengan mengamati secara langsung pada PT.Mandiri *finance* Indonesia Cabang Manado.

b. Data Sekunder: Data pendukung yang di peroleh dari referensi buku-buku, internet, dan jurnal yang berkaitan dengan penulisan tugas akhir.

**2. Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian, penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

**1. Observasi**

Yaitu dengan penulis mencatat dan mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung sesuai kondisi yang ada di PT. Mandiri Finance Indonesia Cabang Manado.

**2. Studi Pustaka**

Yaitu pengumpulan informasi yang dibutuhkan dilakukan dengan mencari referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Referensi dapat diperoleh dari buku-buku,jurnal, dan Internet.

**3. Wawancara**

Penulis melakukan wawancara dengan beberapa konsumen dan pegawai di PT.Mandiri *Finance* Indonesia Cabang Manado. Untuk mendapatkan informasi.