

## ABSTRAKSI

Perubahan fokus bisnis dari *product centric* menjadi *customer centric* yang makin nampak kental saat ini membuat para manajer dalam suatu perusahaan berlomba-lomba membangun suatu sistem penanganan pelanggan yang lebih baik dalam mengakomodasi kondisi pelanggan saat ini. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan dipandang sangat efektif dalam mengimbangi pelanggan masa kini yang cerdas, *powerful*, dan pintar. CRM telah menjadi suatu fasilitas untuk mendapatkan pengetahuan secara keseluruhan mengenai pelanggan yang akan mempermudah perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pelanggan. Sehingga, hal ini dapat menjadi dasar penyusunan program dalam rangka mempertahankan pelanggan. Disamping itu, dalam aplikasi CRM melalui penelitian ini juga dirancang program pendukung proses dalam menangani hubungan dengan pelanggan. Hal ini sekaligus merupakan evaluasi dan pengembangan dari sistem penanganan pelanggan yang selama ini diterapkan oleh perusahaan target penelitian.

Sistematika penelitian berawal dari studi pendahuluan mengenai kondisi eksisting perusahaan yang memungkinkan atau tidaknya penerapan sistem CRM. Kemudian, dilanjutkan dengan perancangan sistem CRM yang beriringan dengan pengumpulan data-data yang dibutuhkan dalam proses perancangan. Hasil perancangan dianalisis dengan membandingkan kondisi sistem eksisting dengan sistem usulan. Analisis hasil perancangan ini akan menjadi masukan bagi perusahaan dan peneliti dalam usaha pengembangan sistem selanjutnya.

Penelitian ini menempuh beberapa tahap yang cukup detail dalam proses pengenalan kondisi eksisting perusahaan melalui studi pendahuluan. Dalam tahap perancangan sistem dimulai dengan identifikasi kondisi bisnis dan kondisi pasar perusahaan yang akan melahirkan suatu keputusan penentuan manajemen hubungan yang akan diterapkan. Dilanjutkan dengan penelitian tentang pelanggan yang mencakup proses segmentasi, pengelompokan, pembobotan pelanggan berdasarkan perilaku dan aktifitas, serta analisis *gap* yang timbul antar perusahaan dengan pelanggan yang akhirnya akan menjadi dasar pemikiran dalam merumuskan bentuk penanganan. Proses selanjutnya adalah mensiasati kondisi infrastruktur perusahaan dalam mengakomodasi penerapan sistem CRM sesuai dengan kapasitas dan kemampuan perusahaan. Berdasarkan kondisi infrastruktur inilah dirancang sebuah aplikasi perangkat lunak sebagai pendukung penerapan sistem CRM ini.

Perancangan Sistem Penanganan Pelanggan dengan Metode CRM ini akan meningkatkan Produktifitas kerja dalam menangani pelanggan yang berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan. Efektivitas penanganan pelanggan juga akan memberikan kesan dan nilai yang baik bagi pelanggan terhadap perusahaan, sehingga, pelanggan akan setia terhadap perusahaan hingga ke tingkat rasa saling memiliki yang tidak menutup kemungkinan pelanggan tersebut akan menjadi magnet bagi pertumbuhan jumlah pelanggan.