

2. LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah sistem yang digunakan untuk membantu bisnis dalam mengelola hubungan dengan *client* maupun calon *client*. Tujuan utama dari penerapan sistem CRM adalah untuk meningkatkan layanan *client* serta mendorong pertumbuhan penjualan. Secara umum, CRM digunakan untuk membantu dan mempermudah perusahaan dalam memantau *client* untuk mendapatkan informasi dari para *client* (Putri, 2022). Beberapa tujuan dari penggunaan CRM yaitu untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan *client* sehingga pendapatan bisa meningkat, adanya konsistensi dari *client* maupun perusahaan dalam menyampaikan informasi, mengetahui kebutuhan *client*, dan informasi yang didapatkan dapat menjadi sarana paling baik untuk meningkatkan penjualan. Tahapan-tahapan dalam CRM yaitu memperoleh *client* baru, menambah nilai *client*, dan mempertahankan *client*. Selain itu, manfaat CRM bagi perusahaan adalah meningkatkan kepuasan *client*, meningkatkan retensi *client*, dan mengembangkan hubungan jangka panjang. Salah satu contoh penggunaan CRM pada perusahaan besar yaitu Shopee. Shopee memiliki *database* yang dapat mencatat aktivitas *user* seperti pencarian dan pembelian sehingga memungkinkan sistem untuk merekomendasikan produk berdasarkan aktivitas *user* tersebut. Alur proses CRM yang akan dilakukan pada skripsi ini, lebih difokuskan pada aktivitas *sales* yaitu ketika perusahaan mendapatkan *client* atau *opportunity* yang baru, perusahaan akan menentukan PIC untuk melakukan *follow up* pada *client* dan sistem juga akan memberikan rekomendasi produk. Proses *follow up* akan dilakukan hingga status *opportunity* menjadi *close* baik *won* atau *lost*. Data-data yang akan dicatat dalam proses CRM ini adalah data *client*, data *follow up*, dan data modul SAP yang akan digunakan untuk rekomendasi produk.

2.1.2 Aplikasi Customer Relationship Management (CRM)

Aplikasi CRM merupakan sebuah aplikasi perangkat lunak mengenai *customer relationship management* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola data riwayat *client*, mulai dari prospek hingga data transaksi *client* yang terjadi pada semua tahapan (Sage Group plc, n.d.). Aplikasi CRM dapat membantu perusahaan dalam memantau dan meningkatkan kualitas hubungan dengan *client* sehingga perusahaan dapat mempertahankan

*client*nya. Cara kerja aplikasi CRM yaitu dengan mengumpulkan dan menyimpan data *client* yang pernah memiliki interaksi dengan perusahaan. Beberapa contoh aplikasi CRM yang banyak diketahui adalah Salesforce, FreshSales, Copper, dan lain-lain.

2.1.3 Customer Relationship Management (CRM) Pipeline Management

Customer Relationship Management Pipeline atau *Pipeline CRM* merupakan suatu sistem manajemen yang berhubungan dengan *client* untuk membantu perusahaan dalam mengelola proses penjualan. *Pipeline* adalah sebuah visualisasi dari tahapan penjualan yang digunakan untuk mempresentasikan cara perusahaan dalam mengubah *opportunity* menjadi *client*. *Pipeline* sangat membantu perusahaan dalam melacak, mengatur kegiatan, dan memonitor kemajuan calon *client*. Dengan adanya *pipeline*, perusahaan dapat mengetahui sudah sejauh mana *follow up* dilakukan dan dapat mengetahui tindakan apa yang harus diambil agar *opportunity* bisa dimenangkan (Barantum, 2023). Sedangkan, *pipeline management* sendiri biasanya digunakan untuk mengawasi penjualan di masa depan dalam berbagai tahap sehingga memungkinkan perusahaan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dibutuhkan. Setidaknya, ada 2 hal yang dapat dilakukan melalui *pipeline management* yaitu *pipeline management* memungkinkan bisnis memprediksi pendapatan di masa depan secara akurat dan juga membantu bisnis dalam menganalisis dan meningkatkan proses penjualan melalui identifikasi tahapan demi tahapan yang berlangsung (Pamela, 2023). Dalam skripsi ini, *CRM pipeline management* difokuskan dalam membantu perusahaan untuk mengelola *opportunity* atau calon *client* menjadi *client* dengan melakukan *follow up* dan memberikan *reminder* pada PIC perusahaan yang bertanggungjawab untuk memberikan *follow up* pada calon *client*.

2.1.4 Sistem Rekomendasi

Sistem rekomendasi merupakan suatu sistem yang menggunakan data pengguna untuk merekomendasikan suatu produk kepada *client*. Rekomendasi tersebut bisa didasarkan pada kriteria, riwayat pembelian, riwayat pencarian, dan lain-lain (NVIDIA Corporation, n.d.). Sistem rekomendasi menggunakan interaksi yang pernah dilakukan oleh pengguna untuk memprediksi item-item yang serupa untuk direkomendasikan ke pengguna tersebut. Sistem rekomendasi yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari misalnya rekomendasi film Netflix berdasarkan riwayat film yang kita tonton, rekomendasi produk Shopee berdasarkan produk yang sering kita cari, dan lain sebagainya. Bagi perusahaan, sistem rekomendasi dapat berguna untuk meningkatkan pendapatan karena dapat menyarankan suatu produk pada calon *client*.

2.1.5 Collaborative Filtering Recommender System

Sistem rekomendasi atau *recommender system* memiliki beberapa tipe yaitu *collaborative filtering*, *content-based filtering*, dan *hybrid system* (Michael, 2023). *Collaborative filtering* adalah teknik yang digunakan dalam sistem rekomendasi untuk merekomendasikan suatu *item* kepada *user* berdasarkan preferensi dari *user* yang memiliki preferensi yang serupa. *Collaborative filtering* terbagi menjadi *user-based collaborative filtering* dan *item-based collaborative filtering*. *User-based collaborative filtering* merekomendasikan item berdasarkan preferensi *user* yang memiliki preferensi yang serupa. Sedangkan, *item-based collaborative filtering* merekomendasikan item berdasarkan *item-item* yang disukai oleh *user* tersebut.

2.2 Tinjauan Studi

2.2.1 Rancangan Aplikasi Customer Relationship Management pada UKM - Studi Kasus CV. AlBaru (Nurhayati, 2019)

Perancangan aplikasi CRM diperlukan untuk memberikan gambaran kebutuhan *user* dan proses-proses yang akan dibuat. Penelitian ini baru menghasilkan suatu rancangan aplikasi CRM untuk sebuah UKM. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut agar aplikasi CRM ini dapat diimplementasikan bagi CV. AlBaru.

Penelitian ini hanya merupakan rancangan sistem aplikasi CRM dan tidak dapat memberikan rekomendasi produk untuk calon *client* baru. Sedangkan pada skripsi ini, sistem yang dibuat akan diimplementasikan untuk digunakan dalam proses bisnis perusahaan dan dapat memberikan rekomendasi produk untuk calon *client* baru.

2.2.2 Analisa dan Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Mendukung Manajemen Hubungan Customer (Nurohim et al., 2021)

Rancangan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) ini mampu mengatasi permasalahan dan dapat menyajikan informasi secara lebih baik dan terkomputerisasi. Dengan diterapkannya aplikasi CRM ini dapat membantu pemilik bisnis dan marketer yang berhubungan langsung dengan aplikasi CRM ini.

Walaupun penelitian ini sudah diimplementasikan dan dapat digunakan, penelitian ini belum memiliki fitur-fitur lengkap yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Selain itu, penelitian ini tidak dapat memberikan rekomendasi produk untuk calon *client* baru. Sedangkan pada skripsi ini, sistem akan dikembangkan sehingga dapat memberikan rekomendasi produk untuk calon *client* baru.

2.2.3 Penerapan CRM pada Sistem Informasi Toko Kopi Cap Kucing Berbasis Web Mobile (Febriansyah et al., 2023)

Pada penelitian ini mendapatkan sistem perancangan e-commerce kopi cap kucing dengan menggunakan konsep CRM. Keuntungan konsep CRM pada sistem ini yaitu dapat meningkatkan pangsa pasar karena membuat semua orang dapat memesan dan membeli produk. Sistem informasi *customer relationship management* hanya sebuah aplikasi berbasis *mobile* untuk meningkatkan dan mengevaluasi kualitas pelayanan terhadap *client*. Dengan adanya sistem informasi *customer relationship management online shop* kopi cap kucing dapat mengetahui *clientnya*.

Penelitian ini memang sudah diimplementasikan dan dapat digunakan, penelitian ini belum memiliki fitur-fitur lengkap yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Selain itu, penelitian ini tidak dapat memberikan rekomendasi produk untuk calon *client* baru. Sedangkan pada skripsi ini, sistem akan dikembangkan sehingga dapat memberikan rekomendasi produk untuk calon *client* baru.

2.2.4 CRM SAP

CRM SAP adalah *Customer Relationship Management* yang merupakan bagian dari *System Application and Product in data processing*. Untuk mengelola hubungan antara perusahaan dan *client*, CRM SAP menggunakan integrasi, proses bisnis, keahlian manusia, dan teknologi informasi. Sistem CRM SAP bekerja dengan cara mengumpulkan informasi tentang kebutuhan dan perilaku *client*, yang kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan layanan dan sistem operasional perusahaan untuk meningkatkan loyalitas *client* (Putra, 2023). CRM SAP diluncurkan oleh SAP SE pada tahun 1992 yang menargetkan perusahaan menengah ke atas. Kelebihan dari CRM SAP adalah fitur yang dimiliki sangat lengkap dan bisa dibilang sangat *overkill*.

Perbedaan CRM SAP dengan skripsi ini yaitu CRM SAP harus membayar biaya sewa yang tidak sedikit setiap tahunnya. Sedangkan, skripsi ini merupakan *one time cost*. Selain itu, fitur-fitur pada skripsi ini juga lebih disesuaikan dengan kebutuhan operasional perusahaan.

2.2.5 CRM Odoo

Odoo adalah *platform enterprise resource planning* berbasis *open source* yang salah satu modulnya yaitu CRM. Odoo CRM membantu perusahaan dalam melacak dan mengelola interaksi dengan *client* seperti riwayat pembelian, aktivitas *client*, permintaan dukungan,

mengatur jadwal pertemuan dengan *client*, dan masih banyak fitur-fitur lainnya yang sangat bagus dan lengkap. Secara keseluruhan, Odoo CRM membantu perusahaan dalam meningkatkan keterlibatan *client* dan juga memperbaiki pengalaman *client* (Sumihai Teknologi Indonesia (STI), 2023). Kelebihan dari Odoo CRM yaitu memiliki fitur-fitur yang sangat lengkap dan bagus.

Sama seperti CRM SAP, Odoo CRM juga memiliki terlalu banyak fitur yang sebenarnya tidak diperlukan oleh perusahaan. Selain itu, Odoo CRM juga membutuhkan pembayaran jika ingin fitur yang lebih *advance*. Sedangkan, dalam skripsi ini, pembayaran hanya *one time cost* dan fitur-fitur yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan operasional perusahaan saja.