

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi dunia pada masa kini semakin lama semakin berkembang. Hal ini bisa kita lihat dengan peningkatan standar hidup yang di alami oleh beberapa negara di dunia. Hal itu dikarenakan, pertumbuhan ekonomi adalah salah satu hal yang bisa menjadi indikator yang berguna untuk mengukur kinerja suatu negara dalam bidang ekonomi. Menurut Rahardjo (2014), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk melihat pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Antara lain ketidakseimbangan pendapatan, perubahan struktur perekonomian, pertumbuhan kesempatan kerja, tingkat dan penyebaran kemudahan, dan juga Domestik Regional Bruto

Namun, dengan hanya memikirkan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi, tidak menjadikan negara tersebut sudah mencapai suatu keberhasilan dalam hal pembangunan. Ini dikarenakan jika pembangunan hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi saja, maka berpotensi melahirkan ketidakadilan yang berujung pada ketimpangan dalam hidup bermasyarakat. (Sukwiwa, 2018)

Pada beberapa literatur, salah satu faktor pendukung dalam kepentingan pertumbuhan ekonomi serta pemerataan ekonomi adalah pertumbuhan infrastruktur. Infrastruktur bermakna sebagai fasilitas yang memungkinkan adanya kegiatan ekonomi dan pasar, jaringan transportasi (Todaro, 2011) dan infrastuktur jalan, dalam hal ini adalah jaringan transportasi berperan penting dalam dalam mendukung kegiatan ekonomi ((Amri, (2014) dan Amri (2020)). Dan akibat yang akan ditimbulkan dari kurang memadainya

infrastruktur jalan akan menurunkan kegiatan ekonomi masyarakat (Zulhimi dkk, 2018)

Dengan begitu, fungsi dari pembangunan infrastruktur adalah untuk kelancaran arus barang produksi maupun jasa dan juga menjadi konektivitas antar daerah. Infrastruktur sendiri merupakan kebutuhan dasar fisik yang diperlukan seperti jalan, jalur kereta api, jembatan, kelistrikan, telekomunikasi, pengairan/irigasi, dan bandar udara yang mempunyai tujuan sebagai suatu alat atau sistem struktur yang diperlukan guna menjalankan dan melancarkan ekonomi suatu negara.

Di Indonesia, perkembangan infrastruktur saat ini, khususnya yang berada di Indonesia sudah semakin pesat. Bersumber dari Laporan Pencapaian Komite Percepatan Penyediaan Infrastruktur Prioritas (KPPIP), berdasarkan hasil monitoring terhadap 223 proyek dan 3 program yang terdaftar dalam Proyek Strategis Nasional (PSN), pada tahun 2018 sebanyak 32 proyek telah dinyatakan telah selesai dan hingga semester I 2019 sebanyak 16 proyek tambahan dinyatakan juga sudah selesai. Itu artinya pada 2019 sudah ada 48 proyek yang sudah selesai.

**Gambar 1.1**

Tabel Perbandingan Status Kemajuan dalam Proyek Strategis Nasional (PSN)  
Per Desember 2018 dan Per Juli 2019



Sumber : Dokumentasi KPPIP (2019)

Dapat diketahui pada gambar 1.1, bahwa pencapaian infrastruktur di Indonesia semakin meningkat dengan cepat. Hal dikarenakan, dikutip dari rilis resmi Biro Komunikasi Publik Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), bahwa kementerian PUPR melalui Ditjen Bina Marga telah berhasil menyelesaikan pembangunan jalan nasional sepanjang 3.432 km termasuk jalan di perbatasan Papua, Kalimantan, dan NTT. Kemudian telah dibangun jalan tol baru sepanjang 941 km dengan target akhir tahun 2019 mencapai 1.852 km.

Dan juga mengutip pada hasil yang dirilis Kantor Staf presiden (KSP), pembangunan infrastruktur yang sudah diselesaikan yakni terdapat jembatan gantung sebanyak 134 unit serta jembatan sepanjang 39,8 kilometer.

Pertumbuhan infrastruktur yang meningkat dari tahun ke tahun ini juga dikarenakan mendapat dukungan yang salah satunya berasal dari industri penghasil bahan baku untuk membuat atau membangun infrastuktur. Dan pembangunan infrastruktur tersebut juga meningkatkan kebutuhan terhadap industri penghasil bahan baku. Pemerintah, dalam hal ini berperan sebagai penyelenggara proyek infrastruktur mendapatkan dukungan dari perusahaan penghasil bahan baku yakni berasal dari *Business to Business* yang baik dengan pihak penyedia bahan baku.

PT. Hume Sakti Indonesia adalah salah satu industri yang bergerak pada bidang infrastruktur. yang mana, produk utama mereka adalah tiang pancang yang adalah bahan baku untuk membangun infrastruktur seperti jalan dan jembatan. PT. Hume Sakti Indonesia berdiri pada tahun 1983 dan sudah melayani banyak proyek pembangunan infrastruktur guna melancarkan arus ekonomi serta ikut serta dalam proyek pembangunan banyak jalan tol dan jalan nasional.

Dalam prakteknya, salah satu proses bisnis yang digunakan pada pasar infrastruktur adalah dengan join tender. Para penyelenggara proyek biasanya mengadakan acara tender untuk mendapatkan perusahaan penghasil bahan baku yang cocok. Dan perusahaan yang menjadi anggota, akan bersaing untuk memenangkan tender agar mendapatkan proyek tersebut.

Dan dalam hal ini, PT. HSI biasanya menjadi salah satu anggota dalam tender yang dimana PT. HSI bersaing dengan perusahaan lain dalam menawarkan produknya agar mendapatkan proyek dari perusahaan penyelenggara tender. Persaingan dalam pasar bisnis bahan baku infrastruktur sangatlah ketat, mengingat sejak pemerintah semakin mengencarkan program perkembangan infrastruktur. Hal tersebut membuat perusahaan penghasil bahan baku infrastruktur semakin bergiat untuk meningkatkan kualitas produk serta pelayanan mereka agar dapat bersaing dengan kompetitor lain. Sehingga mereka bisa menjaga pelanggan baru dan

meminimalisir keberalihan konsumen, hal ini disebabkan dalam pasar *Business to Business*, salah satu hal yang paling penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan atau pelaku bisnis adalah bagaimana cara untuk menjaga agar pelanggan puas dengan produk yang sudah kita tawarkan kepada mereka, serta bagaimana cara untuk menjaga loyalitas pelanggan guna mengurangi keberalihan konsumen ke perusahaan lain.

Konsep yang dicetuskan oleh Vavra (1994) dan juga Tjiptono (2012), Menguraikan pentingnya *customer lifetime value* (nilai pelanggan seumur hidup) yang berarti bahwa semakin lama suatu perusahaan mampu untuk mempertahankan pelanggan, semakin *profitable* pelanggan tersebut bagi perusahaan. Karena kepuasan pelanggan merupakan fungsi kinerja yang dipresepsikan produk dan ekspektasi pelanggan.

Dengan mengenali bahwa jika kepuasan pembeli berada pada titik yang tinggi, maka hal tersebut akan menimbulkan loyalitas pelanggan yang tinggi pula. Dan jika perusahaan kehilangan pelanggan yang menguntungkan, maka akan sangat mempengaruhi laba perusahaan. Perhatian dan upaya pemasaran yang difokuskan pada pelanggan terhadap perusahaan disebut *Aftermarketing*.

*Aftermarketing* bertujuan membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan *customer lifetime value*. Dalam kasus ini, perusahaan harus membuat strategi tentang Manajemen Hubungan pelanggan atau yang sering disebut dengan *Customer Relationship Management (CRM)*.

*Customer Relationship Management (CRM)* adalah proses mengelola informasi rinci tentang individu pelanggan dan semua “titik kontak” pelanggan secara seksama untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan (Kotler dan Keller, 2014) Sistem CRM ini merupakan suatu strategi bagaimana perusahaan bisa mengintegrasikan seluruh elemen proses mulai dari analisa calon pelanggan, bernegosiasi sampai dengan menjaga loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, PT. Hume Sakti Indonesia harus bisa menentukan strategi atau

model CRM yang mana guna mencari calon konsumen baru, dan juga bagaimana untuk mempertahankan konsumen yang lama.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka disusun Tugas Akhir dengan judul, “Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) PT. Hume Sakti Indonesia Guna Mempertahankan Loyalitas Konsumen.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- Apa model *Customer Relationship Management* (CRM) yang digunakan oleh PT. HSI?
- Bagaimana implementasi CRM sebagai upaya mempertahankan loyalitas konsumen pada perusahaan B2B PT. HSI?

## 1.3 Tujuan

Tujuan dalam pembuatan laporan tugas akhir ini adalah :

- Mengetahui model CRM yang digunakan oleh PT. HSI.
- Implementasi CRM sebagai upaya mempertahankan loyalitas konsumen pada perusahaan B2B PT. HSI

## 1.4 Manfaat

### 1.4.1 Bagi Penulis/Mahasiswa

Penulisan laporan ini diharapkan dapat membantu penulis/mahasiswa untuk menganalisa pengimplementasian *Customer Relationship managemet (CRM)* dalam upaya menjaga loyalitas konsumen pada perusahaan *Business to Business (B2B)* di PT. Hume Sakti Indonesia guna mempertahankan loyalitas konsumen. Dan juga pemenuhan syarat guna memperoleh gelar profesi Ahli Madya Pemasaran.

### 1.4.2 Bagi Akademik

Dapat dijadikan sebagai koleksi karya ilmiah pada perpustakaan dan dijadikan sebagai referensi tambahan dan atau bahan acuan serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

#### 1.4.3 Bagi Instansi Tempat PKL Terkait

Memberikan kontribusi terhadap upaya peningkatan kualitas *Customer Relationship Management* sebagai upaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen PT. Hume Sakti Indonesia.

#### 1.4.4 Bagi Pembaca

Dapat dijadikan sebagai bahan bacaan, referensi tambahan bagi pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan.

### 1.5 Jadwal Tugas Akhir

#### 1.5.1 Subjek Penelitian Tugas Akhir

1. Program Studi : D-III Manajemen Pemasaran
2. Fakultas : Vokasi
3. Instansi : Universitas Airlangga
4. Topik : Manajemen Hubungan Pelanggan
5. Judul : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Pada PT. Hume Sakti Indonesia Guna Mempertahankan Loyalitas Konsumen

#### 1.5.2 Objek Tugas Akhir

- Perusahaan : PT HUME SAKTI INDONESIA  
Bidang : Pemasaran  
Alamat Perusahaan : Jl. Krian - Mojosari KM. 2, Mojosari, Mojokerto, Jawa Timur  
Periode PKL : 03 Februari s.d 27 Maret 2020

**1.5.3 Tabel Pelaksanaan Tugas Akhir**

**Tabel 1.1**

Tabel Pelaksanaan Tugas Akhir

No	Aktivitas	Januari				Febuari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Proposal PKL kepada PT. HUME SAKTI INDONESIA																				
2	PKL di PT. HUME SAKTI INDONESIA																				
3	Pemilihan Dosen Pembimbing																				
4	Menentukan Judul Topik TA																				
5	Pengerjaan Tugas Akhir																				
6	Bimbingan dengan Dosen Wali																				
7	Presentasi Laporan PKL																				
7	Sidang Tugas Akhir																				