

USULAN RANCANGAN SISTEM CRM UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN PADA IDACHI FITNESS CENTER

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :
Nama : Nikolaus Luvian Gho
NPM : 6131901099



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Nikolaus Luvian Gho
NPM : 6131901099
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN RANCANGAN SISTEM CRM UNTUK
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN PADA IDACHI
FITNESS CENTER

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 20 Agustus 2023
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Pertama

(Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T.)

Dosen Pembimbing Kedua

(Monika Sundari Tanara, S.T., M.M.)

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nikolaus Luvian Gho

NPM : 6131901099

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**USULAN RANCANGAN SISTEM CRM UNTUK MEMPERTAHANKAN
PELANGGAN PADA IDACHI FITNESS CENTER**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 27 Juli 2023



Nikolaus Luvian Gho

NPM : 6131901099

ABSTRAK

Idachi Fitness Center adalah perusahaan yang bergerak di bidang peralatan kebugaran. Idachi Fitness Center yang terletak pada Istana BEC Bandung dibuka pada bulan Agustus tahun 2022 menyediakan layanan penggunaan alat kebugaran atau *gym*. Idachi Fitness Center memiliki nilai *average customer retention rate* sebesar 45,9% sedangkan menurut ahli dibutuhkan minimal nilai *average retention rate* sebesar 70%. Menurut *Association of Fitness Studios (AFS)*, rata-rata ideal *average retention rate* untuk *fitness studio* adalah 75,9%. Untuk menghasilkan usulan sistem CRM, perlu dilakukan beberapa tahap dimulai dari analisis keadaan saat ini. Kemudian dilanjutkan dengan penentuan kriteria performansi sebagai tolok ukur keberhasilan usulan. Kriteria performansi yang telah dirancang yaitu untuk dapat menghasilkan sistem CRM yang dapat mengembangkan hubungan Idachi Fitness Center dari transaksional menjadi relasional terhadap pelanggan yang dimiliki, serta mampu mengelola informasi konsumen untuk mendukung retensi pelanggan pada Idachi Fitness Center. Setelah itu, dilanjutkan dengan usulan berupa adopsi sistem informasi penjualan untuk mendukung perancangan usulan sistem CRM. Lalu, melaksanakan perancangan usulan berupa proses bisnis dengan penerapan CRM dan basis data yang dirancang menggunakan metode DDA sesuai dengan aktivitas proses bisnis usulan CRM. Kemudian melakukan perancangan *user interface (UI)* dan *standard operational procedure (SOP)*.

ABSTRACT

Idachi Fitness Center is a company that operates in the field of fitness equipment. Idachi Fitness Center located at BEC Bandung Palace opened in July 2022 providing fitness equipment or gym use services. Idachi Fitness Center has an average customer retention rate of 45.9%, while according to experts it requires a minimum average retaining rate of 70%. According to the Association of Fitness Studios (AFS), the average ideal average retention rate for a fitness studio is 75.9%. To produce a CRM system proposal, it is necessary to undertake several stages starting with the current situation analysis. Then continue with the determination of performance criteria as a measure of the success of the proposal. The performance criteria that have been designed are to be able to produce a CRM system that can develop the Idachi Fitness Center relationship from transactional to relational to customers owned, as well as being able to manage consumer information to support customer retention at Idachi fitness center. Subsequently, it continued with the proposal of the adoption of the sales information system to support the planning of the CRM system proposal. Then, implement the proposal planning of business processes with the application of CRM and databases designed using the DDA method according to the activity of the CRM proposal business process. User Interface (UI) and Standard Operational Procedures (SOP).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan YME atas berkatnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “USULAN RANCANGAN SISTEM CRM UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN PADA IDACHI FITNESS CENTER” yang disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana bidang ilmu Teknik Industri pada Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, telah dilalui berbagai rintangan. Penyusunan skripsi didukung oleh banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T. dan Ibu Monika Sundari Tanara, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, memberikan semangat, inspirasi, serta memberikan arahan dan masukan selama sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Bapak Ir. Romy Loice, S.T., M.T. dan bapak Ir. Hanky Fransiscus, S.T., M.T. yang telah memberikan masukan terkait penelitian
3. Pak Nanang dan seluruh karyawan Idachi Fitness Center BEC yang telah mengizinkan penelitian dan mendukung pelaksanaan penelitian skripsi penulis.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang mendukung dan mendoakan penulis selama melaksanakan penelitian skripsi ini.
5. Teman-teman penulis yaitu Stefanus Gilbert, Chrissantya Citrani, Chandra Lim, Hilarius Avellino, Victor Kurnia Salim, Aryasena, Jonathan Simon, Andreas Januar, dan Surya Krisna yang sudah mendukung dan menyemangati dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu mendukung penulis dalam proses penelitian di Idachi Fitness Center BEC.

Dapat disadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian yang dijalankan ataupun penulisan yang ada. Dengan begitu, penulis dengan senang

hati menerima kritik dan saran yang dapat membangun sehingga penelitian skripsi dapat menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 27 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Permasalahan	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	I-8
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-9
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-12
II. BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Customer Relationship Management (CRM).....	II-1
II.2 Average Retention Rate	II-2
II.3 Sistem Informasi	II-3
II.4 Proses Bisnis	II-3
II.5 <i>Touchpoints</i>	II-4
II.6 Relationship Marketing.....	II-4
II.7 <i>Cross-selling</i> dan <i>up-selling</i>	II-5
II.8 Perancangan basis data dengan DDA	II-6
II.9 <i>User interface</i>	II-6
II.10 Standard Operational Procedure (SOP).....	II-7
II.11 Marketing Technology Development	II-7
III. BAB III PERANCANGAN SISTEM CRM	
III.1 Analisis Keadaan Saat ini	III-1

III.1.1	Proses Bisnis.....	III-1
III.1.2	<i>Touchpoints</i>	III-10
III.1.3	Fasilitas yang disediakan.....	III-12
III.2	Adopsi Sistem Informasi Penjualan.....	III-18
III.2.1	Adopsi Sistem Informasi Penjualan pendaftaran <i>membership</i>	III-18
III.2.2	Adopsi Proses Bisnis sistem penjualan perpanjangan <i>membership</i>	III-23
III.2.3	Adopsi Proses Bisnis sistem informasi produk tambahan III-25	
III.3	Perancangan Usulan CRM.....	III-28
III.3.1	Usulan CRM Proses Bisnis Sistem Penjualan Pendaftaran <i>Membership Fitness Center</i>	III-30
III.3.2	Usulan CRM Proses Bisnis Sistem Penjualan Perpanjangan <i>Membership Fitness Center</i>	III-31
III.3.3	Usulan CRM proses bisnis pencatatan kehadiran pelanggan.....	III-32
III.3.4	Usulan CRM proses bisnis sistem penjualan produk tambahan.....	III-34
III.3.5	Usulan CRM analisis dan interaksi terhadap pelanggan III-35	
III.4	Perancangan Basis Data dengan dengan metode DDA.....	III-40
III.5	User Interface	III-48
III.6	Standard Operational Procedure.....	III-52
III.6.1	SOP Pendaftaran <i>Membership</i>	III-54
III.6.2	SOP Perpanjangan <i>Membership</i>	III-55
III.6.3	SOP Check In.....	III-56
III.6.4	SOP Check Out.....	III-57
III.6.5	SOP <i>Renewal</i> Produk.....	III-57
III.6.6	SOP Reaktivasi Pelanggan	III-58
III.6.7	SOP Pemeriksaan Kondisi Tubuh	III-59

IV. **BAB IV ANALISIS**

IV.1	Analisis hasil analisis keadaan saat ini.....	IV-1
IV.2	Analisis Adopsi Sistem Informasi Penjualan.....	IV-4

IV.3	Analisis usulan Proses Bisnis CRM.....	IV-5
IV.4	Analisis Perancangan Basis Data dengan Metode DDA	IV-7
IV.5	Analisis User Interface	IV-9
IV.6	Analisis Standard Operational Procedure (SOP).....	IV-9
V.	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Informasi Proses Bisnis <i>Check In</i> Saat Ini.....	III-5
Tabel III.2 Informasi Proses Bisnis <i>Check Out</i> Saat Ini.....	III-8
Tabel III.3 Informasi Proses Bisnis Penjualan Produk Tambahan Saat Ini.....	III-9
Tabel III.4 Rangkuman Permasalahan Proses Bisnis.....	III-10
Tabel III.5 Rangkuman Permasalahan <i>Touch Points</i>	III-11
Tabel III.6 Alat <i>Fitness</i> Idachi Fitness Center.....	III-12
Tabel III.7 Aktivitas dan Data Adopsi Sistem Informasi Pendaftaran <i>Membership</i>	III-19
Tabel III.8 Tabel Adopsi Data Fasilitas.....	III-20
Tabel III.9 Tabel Adopsi Kode Paket <i>Membership</i>	III-21
Tabel III.10 Tabel Adopsi Data Pendaftaran.....	III-21
Tabel III.11 Tabel Adopsi Data Identitas Pelanggan.....	III-22
Tabel III.12 Aktivitas dan Data Adopsi Sistem Informasi Perpanjangan <i>Membership</i>	III-23
Tabel III.13 Tabel Adopsi Data Perpanjangan <i>Membership</i>	III-24
Tabel III.14 Adopsi Aktivitas dan Data Penjualan Produk Tambahan.....	III-25
Tabel III.16 Tabel Adopsi Data Produk Tambahan.....	III-27
Tabel III.17 Tabel Adopsi Data Penjualan Produk Tambahan.....	III-27
Tabel III.18 Tabel Adopsi Data <i>Personal Trainer</i>	III-28
Tabel III.19 Hubungan Kriteria Performansi dan Usulan CRM.....	III-28
Tabel III.19 Hubungan Kriteria Performansi dan Usulan CRM.....	III-29
Tabel III.20 Tabel Data Fasilitas DDA.....	III-41
Tabel III.21 Tabel Data Paket <i>Membership</i> DDA.....	III-41
Tabel III.22 Tabel Data <i>Personal Trainer</i> DDA.....	III-42
Tabel III.23 Tabel Data Pendaftaran DDA.....	III-42
Tabel III.24 Tabel Data Identitas Pelanggan DDA.....	III-43
Tabel III.25 Tabel Data Perpanjangan <i>Member</i> DDA.....	III-44
Tabel III.26 Tabel Data <i>Feedback</i> DDA.....	III-44
Tabel III.27 Tabel Data Pemakaian Jasa <i>Personal Trainer</i> DDA.....	III-44
Tabel III.28 Tabel Data Kehadiran <i>Member</i> DDA.....	III-45

Tabel III.29 Tabel Data Kelas DDA	III-45
Tabel III.30 Tabel Data Produk Tambahan DDA	III-46
Tabel III.31 Tabel Data Penjualan Produk Tambahan DDA	III-46
Tabel III.32 Tabel Data Periksa Kondisi Tubuh DDA.....	III-46
Tabel III.32 Tabel Data Periksa Kondisi Tubuh DDA (Lanjutan)	III-47
Tabel III.33 Tabel Data Kondisi Tubuh DDA	III-47

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Ruang <i>Gym</i> Idachi Fitness Center	I-2
Gambar I.2 Daftar Harga dan Bonus Idachi Fitness Center	I-3
Gambar I.3 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	I-10
Gambar III.1 Proses Bisnis <i>Check In</i> Saat Ini	III-4
Gambar III.2 Kartu <i>Member</i> Idachi Fintess Center	III-6
Gambar III.3 <i>Flowchart</i> Proses Bisnis <i>Check Out</i> Saat Ini	III-7
Gambar III.4 Ruangan Fitness Idachi Fitness Center.....	III-14
Gambar III.5 Usulan Proses Bisnis CRM Pemeriksaan Kondisi Tubuh Pelanggan	III-36
Gambar III.6 Usulan Proses Bisnis CRM <i>Renewal</i> Produk Tambahan.....	III-38
Gambar III.7 Usulan Proses Bisnis CRM Reaktivasi Pelanggan	III-39
Gambar III.8 <i>User Interface Form Log in</i>	III-48
Gambar III.9 <i>User Interface Form Check In</i>	III-49
Gambar III.10 <i>User Interface Form Check Out</i>	III-49
Gambar III.11 <i>User Interface Form</i> Pendaftaran <i>Membership</i>	III-50
Gambar III.12 <i>User Interface Form</i> Pemeriksaan Kondisi Tubuh	III-52
Gambar III.13 SOP <i>Renewal</i> Produk	III-58
Gambar III.14 SOP Reaktivasi Pelanggan	III-59
Gambar III.15 SOP Pemeriksaan Kondisi Tubuh	III-60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A PROSES BISNIS ANALISIS SAAT INI	A-1
LAMPIRAN B PROSES BISNIS ADOPSI SISTEM INFORMASI.....	B-1
LAMPIRAN C PROSES BISNIS USULAN CRM	C-1
LAMPIRAN D TABEL IDENTIFIKASI INFORMASI METODE DDA.....	D-1
LAMPIRAN E USULAN USER INTERFACE	E-1
LAMPIRAN F USULAN STANDARD OPERATIONAL PROCEDURE.....	D-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab ini akan dijelaskan mengenai pendahuluan terkait penelitian yang dilakukan. Pendahuluan akan membahas terkait latar belakang permasalahan, tinjauan perusahaan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing subbab.

I.1 Latar Belakang Permasalahan

Aktivitas kebugaran atau olahraga di dalam *gym* telah berkembang dan menarik bagi masyarakat modern. Kesadaran masyarakat terkait kesehatan yang meningkat setelah pandemi COVID-19, menyebabkan peningkatan terhadap pangsa pasar *gym*. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mempertahankan daya tahan tubuh, maka industri kesehatan juga akan tumbuh. Menurut (Rachmat, 2013) *gym* adalah suatu wadah bagi mereka yang ingin menyegarkan badan dengan melakukan olahraga, yang dapat melenturkan tubuh, mengencangkan otot dan membuat tubuh menjadi kekar.

Idachi Fitness Center adalah perusahaan yang bergerak di bidang peralatan kebugaran. Idachi Fitness Center yang terletak pada Istana BEC Bandung dibuka pada bulan Juli tahun 2022 menyediakan layanan penggunaan alat kebugaran atau *gym*. Idachi Fitness Center terletak pada Metro Indah Mall dan membuka cabang baru di Istana Bandung Electronic Center dengan tujuan utama untuk menggunakan *gym* atau *fitness center* sebagai katalog untuk alat kebugaran yang disediakan. Idachi Fitness Center juga menyediakan berbagai macam jenis produk kesehatan dari kerja sama dengan beberapa produk yaitu minuman protein *Reps*, suplemen protein, dan aksesoris lainnya seperti sarung tangan, baju, tas, dan ikat pinggang. Idachi Fitness Center beroperasi pada hari Senin hingga Minggu dengan waktu operasional mulai pukul 06.00 hingga 21.00. Fasilitas yang disediakan berupa penggunaan alat kebugaran, AC, loker dengan kunci, kamar

mandi, tempat pengisian air minum dan tempat pembelian botol air minum. Berikut ini adalah Gambar I.1 yang menunjukkan ruang *gym* Idachi Fitness Center.



Gambar I.1 Ruang *Gym* Idachi Fitness Center

Dalam menjalankan bisnisnya, Idachi Fitness Center menyediakan beberapa paket langganan. Setiap paket diklasifikasikan kedalam beberapa jangka waktu mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan dengan variasi biaya yang berbeda-beda. Paket yang disediakan oleh Idachi Fitness Center adalah *silver* dengan periode langganan 1 bulan, *gold* dengan periode langganan 3 hingga 6 bulan, dan *platinum* dengan periode langganan minimal 12 bulan. Dengan mengambil paket tertentu, Idachi Fitness Center memberikan insentif terhadap para pelanggan berupa aksesoris gratis ataupun promo langganan. Pelanggan yang memilih langganan perbulan akan membayar biaya lebih mahal per bulannya dibandingkan periode langganan per tahun. Hal ini digunakan untuk mendukung agar para pelanggan akan lebih tertarik untuk berlangganan dalam jangka waktu lebih lama. Selain itu, Insentif yang diberikan akan meningkat apabila pelanggan membeli periode langganan yang lebih lama. Insentif yang dimaksud adalah aksesoris gratis dan bonus periode langganan pada pelanggan baru yang menggunakan paket dengan periode lebih dari tiga bulan. Gambar I.2 adalah daftar harga member dan bonus Idachi Fitness Center.



Gambar 1.2 Daftar Harga dan Bonus Idachi Fitness Center

Pendaftaran pelanggan baru dilakukan dengan mengumpulkan informasi berupa nama lengkap, alamat, dan nomor telepon pelanggan serta paket yang dipilih oleh pelanggan. Informasi tersebut dimasukkan ke dalam *database* bersamaan dengan waktu pembelian oleh pelanggan. Saat ini, informasi mengenai pelanggan yang di simpan oleh Idachi Fitness Center hanya digunakan untuk mengetahui batas waktu langganan para pelanggan. Dibandingkan dengan *gym* lainnya, Idachi Fitness Center masih dapat mengembangkan sistem informasi yang dimiliki.

Gym lainnya menggunakan informasi untuk mengetahui keaktifan para pelanggannya dan dapat melacak kehadiran pelanggannya. *Gym* lainnya dapat memanfaatkan nomor telepon untuk menghubungi pelanggannya yang tidak aktif dan mengajak kembali para pelanggan untuk memperpanjang periode langganannya. Dengan begitu, kompetitor Idachi Fitness Center sudah dapat memanfaatkan informasi yang ada dan telah melakukan upaya melalui *touchpoints* yang ada untuk mempertahankan pelanggan.

Pak Nanang selaku *marketing supervisor* dari Idachi Fitness Center di Istana BEC Bandung, saat ini belum ada usaha untuk mempertahankan pelanggan dalam bentuk apapun atau dengan memanfaatkan data yang dimiliki. Kemudian

juga ditemukan bahwa informasi yang disimpan tidak digunakan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Idachi Fitness Center perlu mengembangkan upaya untuk mempertahankan pelanggan dan mampu untuk mengelola informasi yang dimiliki agar dapat mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Gym Idachi Fitness Center sendiri merupakan sumber pendapatan utama yang dimiliki oleh Idachi dibandingkan penjualan alat kebugaran. Oleh karena itu, Idachi sangat bergantung pada *gym* yang disediakan. Pelanggan pada Idachi Fitness Center berkisar antar umur 18-50 tahun dan sebagian besar didominasi oleh jenis kelamin laki-laki. Menurut karyawan Idachi Fitness Center, pelanggan yang memberikan keuntungan terbesar adalah pelanggan yang memperpanjang periode langganan setiap satu sampai tiga bulan namun terus menerus melanjutkan periode langganannya.

Pada *gym* Idachi Fitness Center dapat diketahui bahwa terdapat total 1013 pelanggan yang pernah mendaftarkan diri pada *gym* Idachi Fitness Center. Dari keseluruhan pelanggan yang ada, terdapat 465 pelanggan yang bertahan dan melanjutkan periode langganannya dan 548 pelanggan berhenti untuk memperpanjang periode langganannya. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa terdapat 45,9% pelanggan yang bertahan dan 54,1% yang berhenti berlangganan. Oleh karena itu, dapat diketahui nilai *average customer retention rate* sebesar 45,9%. Sedangkan menurut *Association of Fitness Studios (AFS)*, idealnya rata-rata *average retention rate* untuk *fitness studio* adalah 75,9%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Idachi Fitness Center memiliki *average retention rate* yang masih perlu ditingkatkan.

Menurut pak Teguh seorang ahli pada dunia *fitness* yang berpengalaman lebih dari 10 tahun menjadi *club manager* di salah satu Mega *gym* di Bandung dan Jakarta, bahwa usaha *fitness* seharusnya memiliki rata-rata maksimal 30% untuk jumlah orang yang berhenti untuk berlangganan dari keseluruhan pelanggan yang pernah mendaftar untuk memiliki arus kas yang sehat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *average retention rate* yang dimiliki oleh Idachi Fitness Center masih kurang baik.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Sebuah perusahaan perlu untuk mempertimbangkan tindakan dan mengambil keputusan yang tepat dalam menjalankan bisnisnya. Hal dilakukan

sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya di dalam sektor bisnis yang sama. Untuk memperdalam informasi mengenai dunia bisnis *fitness* dan Idachi Fitness Center, telah dilakukan pengumpulan informasi dengan melaksanakan observasi, kemudian wawancara terhadap karyawan dan *supervisor* Idachi Fitness Center, serta wawancara dengan ahli.

Pengumpulan informasi dilaksanakan dengan berkunjung langsung pada Idachi Fitness Center BEC dan bertemu dengan pihak terkait. Observasi dilaksanakan sesuai dengan jam operasional Idachi Fitness Center yaitu di antar pukul 06.00 hingga 21.00 pada waktu yang berbeda-beda. Dari hasil observasi telah diketahui bahwa Idachi Memiliki banyak fasilitas yang disediakan. Fasilitas yang dimaksud adalah alat kebugaran yang lengkap untuk semua bagian otot, tempat pengisian minum, peminjaman aksesoris, kamar mandi, dan loker.

Selain telah melakukan observasi, juga telah dilakukan wawancara dengan karyawan dan *supervisor* Idachi Fitness Center. Wawancara yang dilakukan berisi pertanyaan berhubungan dengan proses bisnis pada Idachi Fitness Center dan para pihak yang terkait di dalamnya. Dari hasil wawancara yang dilakukan, dapat diketahui bahwa Idachi Fitness Center adalah perusahaan yang menjual alat kebugaran dan membuka *gym* untuk mendapatkan penghasilan baru. Namun, pendapatan utama didapatkan dari *gym* dibandingkan penjualan alat kebugaran. Pendapatan yang didapatkan oleh Idachi Fitness Center berupa pemasukan paket langganan penggunaan *gym*, penjualan aksesoris, penjualan suplemen, penjualan minuman, dan hasil bagi keuntungan dari *personal trainer*.

Menurut *supervisor*, Idachi Fitness Center telah melakukan usaha untuk mengakuisisi pelanggan dengan menyediakan promo, iklan media sosial, menambahkan jumlah alat, meningkatkan fasilitas kebersihan, dan menyediakan kelas olahraga pada waktu tertentu. Hal ini dinilai efektif karena Idachi Fitness Center dapat mencapai target akuisisi pelanggan. Terdapat banyak pelanggan yang berhasil diakuisisi dan mendaftar pada Idachi Fitness Center.

Menurut *supervisor*, Idachi Fitness Center tidak memiliki kesulitan dalam mengakuisisi pelanggan baru. Hal ini dapat diketahui dengan telah tercapainya target rata-rata 150 pendaftar perbulan. Walaupun tidak ada kendala dalam mengakuisisi pelanggan, dapat diketahui bahwa dari keseluruhan pelanggan yang ada, masih terdapat banyak pelanggan yang berhenti untuk berlangganan pada

gym Idachi Fintess Center dan *gym* Idachi Fitness Center masih belum melakukan upaya untuk mempertahankan pelanggan.

Menurut Pak Nanang *supervisor* Idachi Fitness Center, juga dapat diketahui bahwa selama 7 bulan Idachi Fitness Center telah mendapatkan 1013 pendaftar. Dari keseluruhan pendaftar yang ada, terdapat 465 pelanggan yang masih aktif serta melanjutkan langganannya dan 548 pelanggan yang berhenti berlangganan. Dimana pelanggan didominasi oleh jenis kelamin laki-laki dengan umur 25-30 tahun.

Menurut Pak Nanang, untuk mengakuisisi dan untuk mempertahankan pelanggan memiliki tingkat kepentingan yang sama. Jika Idachi Fitness Center dapat mempertahankan pelanggan, maka Idachi Fitness Center juga dapat menambah, memperbaiki, dan meningkatkan fasilitas yang disediakannya. Hal ini dapat terjadi karena dengan mengakuisisi dan mempertahankan pelanggan, Idachi Fitness Center mendapatkan keuntungan. Kemudian Idachi Fitness Center dapat menggunakan dana yang ada untuk mengembangkan fasilitas yang disediakan.

Selain pendapatan, juga telah diamati sistemasi pendaftaran pada Idachi Fitness Center. Pendaftaran dilaksanakan dengan menerima informasi berupa nama pelanggan, nomor telepon, alamat, dan mencatat waktu pendaftaran. Pencatatan data yang disimpan oleh Idachi Fitness Center hanya digunakan untuk mengetahui sisa periode langganan pelanggannya. Hal ini menunjukkan bahwa Idachi Fitness Center belum memanfaatkan sistem informasi yang dimiliki dengan maksimal. Hal ini dapat terjadi karena berdasarkan hasil perbandingan dengan kompetitor lainnya. Kompetitor lainnya dapat memanfaatkan informasi yang dimiliki untuk menghubungi pelanggan dan melacak keaktifan pelanggan.

Wawancara juga dilakukan kepada Pak Teguh, salah satu ahli dalam dunia *fitness* di kota Bandung. Pak Teguh memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun menjadi *fitness club manager* pada salah satu *Mega gym* di Bandung dan Jakarta serta menjadi *personal trainer* yang telah melatih banyak atlet dan klien. Menurut Pak Teguh, mendapatkan pelanggan baru dan untuk mempertahankan pelanggan adalah sangat penting bagi kesehatan arus kas *gym*.

Menurut Pak Teguh, terdapat beberapa hal yang mempengaruhi bertahannya pelanggan pada sebuah *gym*. Mulai dari kegiatan operasional *gym*, komunitas di dalam *gym*, pelayanan yang diberikan, komunikasi dari pihak *gym*,

personal trainer yang disediakan, dan kenyamanan fasilitas yang disediakan. Dan semua hal di atas berhubungan dengan upaya yang dijalankan oleh *gym* untuk mempertahankan pelanggannya.

Pak Teguh menyampaikan bahwa idealnya minimal 70% pelanggan yang mendaftar seharusnya tetap melanjutkan periode langganannya. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari *Association of Fitness Studios* (AFS) bahwa rata-rata ideal *average retention rate* untuk *fitness studio* adalah 75,9%. Namun dapat diketahui bahwa saat ini, hanya terdapat 465 pelanggan aktif dari 1013 pelanggan yang pernah mendaftar pada Idachi Fitness Center. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa Idachi Fitness Center memiliki *average retention rate* sebesar 46,5% serta belum berhasil mempertahankan lebih dari 70% pelanggan. Untuk mencapai hal tersebut diperlukan sebuah usaha untuk mempertahankan pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM) sebagai sistem menurut Roger J. Baran dan Robert J. Galka (2010) merupakan sebuah proses untuk menggabungkan informasi untuk meningkatkan pemahaman tentang mengatur hubungan sebuah organisasi dengan pelanggannya. CRM adalah sebuah teknik atau sebuah rangkaian proses yang dirancang untuk mengumpulkan data dan menyediakan informasi untuk membantu organisasi dalam mengevaluasi pilihan keputusan strategis. CRM menggabungkan hubungan pelanggan dengan sistem informasi untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan terhadap pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Sistem informasi yang ada berupa ekosistem CRM yang mengintegrasikan perputaran data, sistem dan proses bisnis.

Menurut Roger J. Baran dan Robert J. Galka (2010) CRM memiliki beberapa fungsi yaitu untuk meningkatkan *customer retention* dan *customer loyalty*; untuk bersaing sejajar dengan kompetitor; untuk berusaha melakukan diferensiasi terhadap kompetitor serta menyediakan layanan pelanggan yang luar biasa; dan untuk mendukung perkembangan komunitas pelanggan dan hubungan sosial yang dimiliki. Untuk memenuhi fungsi tersebut, dalam implementasinya CRM perlu pengukuran terhadap efektivitas dengan menggunakan kriteria performansi. Hal ini dilakukan sehingga CRM dapat memberikan dampak yang terlihat terhadap bisnis yang dijalankan.

Dengan permasalahan berupa *average retention rate* Idachi Fitness Center yang masih berada di bawah persentase ideal, dapat dilakukan sebuah upaya implementasi sistem CRM sesuai dengan fungsinya. Oleh karena itu upaya pengembangan sistem CRM sesuai dengan kebutuhan Idachi Fitness Center untuk mempertahankan pelanggan atau melakukan retensi. Hal ini diharapkan dapat menjadi upaya untuk mempertahankan pelanggan pada *gym* Idachi Fitness Center. Dengan identifikasi masalah yang telah dilakukan, maka dapat dihasilkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana keadaan saat ini proses bisnis, *touchpoints* dan fasilitas Idachi Fitness Center yang berkaitan dengan sistem CRM?
2. Bagaimana kriteria pengukuran yang dapat dilakukan terhadap upaya retensi pelanggan oleh Idachi Fitness Center?
3. Bagaimana usulan rancangan sistem CRM yang dapat diterapkan oleh Idachi Fitness Center?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Untuk melaksanakan sebuah penelitian, diperlukan Batasan dan asumsi terkait dengan penelitian yang dilakukan. Batasan yang ada berfungsi untuk memfokuskan ruang lingkup penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah Batasan masalah yang diterapkan

1. Penelitian hanya dilakukan terhadap Idachi Fitness Center Istana BEC Bandung
2. Penelitian hanya dilakukan hingga usulan tanpa melaksanakan implementasi
3. Penelitian tidak mempertimbangkan biaya yang digunakan untuk mengimplementasikan usulan terhadap Idachi Fintess Center

Selain batasan masalah yang ada, juga telah ditentukan asumsi penelitian. Berikut ini adalah asumsi yang telah ditetapkan pada penelitian ini. Tidak terdapat perubahan terhadap fasilitas dan operasional Idachi Fitness Center selama melakukan penelitian.

I.4 Tujuan Penelitian

Pada bagian ini akan menjelaskan terkait dengan tujuan penelitian ini dilakukan. Tujuan akan menjadi arah bagi penelitian sehingga sesuai dengan hal yang ingin dicapai. Tujuan yang ada akan dibuat berdasarkan permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, berikut ini adalah tujuan penelitian.

1. Mengetahui keadaan saat ini proses bisnis, *touchpoints* dan fasilitas Idachi Fitness Center yang berkaitan dengan sistem CRM
2. Mendapatkan kriteria pengukuran yang dapat dilakukan terhadap upaya retensi pelanggan oleh Idachi Fitness Center
3. Mendapatkan usulan rancangan sistem CRM yang dapat diterapkan oleh Idachi Fitness Center

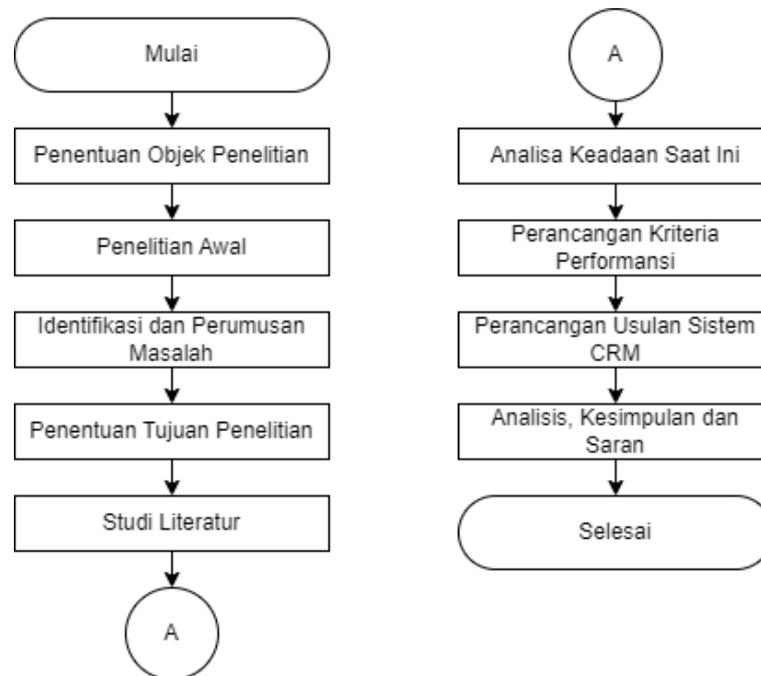
I.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian diharapkan dapat memberikan dampak berupa manfaat kepada beberapa pihak. Pihak yang dimaksud adalah pihak pembaca, Idachi Fitness Center, dan pengembangan keilmuan. Berikut ini adalah manfaat penelitian.

1. Bagi pembaca untuk dapat menambah wawasan berhubungan dengan manajemen hubungan pelanggan atau
2. Bagi pihak Idachi Fitness Center, dapat menambah wawasan berhubungan dengan CRM serta mengetahui usulan yang dapat mengembangkan hubungan dengan pelanggan serta meningkatkan retensi pelanggan yang dapat diimplementasikan.
3. Untuk pengembangan keilmuan, dapat memanfaatkan usulan yang diberikan untuk penelitian yang akan datang.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada subbab ini akan membahas mengenai metodologi penelitian. Metodologi penelitian ini adalah tahapan-tahapan terstruktur dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan permasalahan yang diidentifikasi. Berikut adalah tahapan dan penjelasan terkait metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini.

Gambar 1.3 *Flowchart* Metodologi Penelitian

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian

Pada tahap awal ini dilakukan penentuan topik dan objek penelitian yang dilakukan. Penentuan objek penelitian yang akan diteliti ini dilakukan pada Idachi Fitness Center pada Istana BEC Bandung. Untuk penentuan topik dilakukan berdasarkan permasalahan yang dialami Idachi Fitness Center tersebut.

2. Penelitian Awal

Pada tahap ini dilakukan observasi terkait permasalahan yang dikaji pada objek penelitian. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada Idachi fitness Center dan juga melakukan wawancara pada karyawan serta *supervisor* yang ada pada Idachi Fitness Center.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap permasalahan yang timbul pada objek penelitian yaitu Idachi Fitness Center. Identifikasi permasalahan yang berada pada objek penelitian didasarkan pada observasi pendahuluan yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah itu, akan dibuat perumusan masalah serta studi literatur berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan.

4. Penentuan Tujuan

Pada tahap ini dilakukan penentuan tujuan dari dilakukan penelitian agar penelitian yang dilakukan lebih terarah. Selain itu, terdapat penetapan batasan

masalah terkait penelitian untuk membatasi lingkup dari penelitian dan agar dapat sesuai dengan rumusan masalah yang ditetapkan yaitu sistem CRM pada Idachi Fitness Center. Asumsi penelitian berfungsi untuk menyederhanakan konteks masalah dari penelitian yang dilakukan.

5. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan studi literatur terkait penelitian yang dilakukan. Studi literatur ini dilakukan dengan mengumpulkan teori ilmiah guna untuk meningkatkan pemahaman mengenai penelitian yang dilakukan. Selain itu dilakukan juga wawancara dengan ahli sehingga dapat pengolahan data terkait penelitian.

6. Analisis Keadaan Saat Ini

Pada bagian ini akan dimulai dari analisis terhadap proses bisnis yang saat ini dijalankan oleh IDachi Fitness Center. Kemudian, dilakukan analisis terkait dengan *touchpoints* yang ada serta fasilitas yang disediakan oleh Idachi Fitness Center. Dari hasil analisis yang ada akan disimpulkan permasalahan utama yang dihadapi oleh Idachi Fitness Center dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari.

7. Perancangan Kriteria Performansi

Pada bagian ini akan di rancang kriteria performansi sesuai dengan masalah yang telah ditemukan pada analisis keadaan saat ini. Kriteria performansi yang dirancang akan digunakan sebagai dasar perancangan usulan sistem CRM.

8. Perancangan Usulan Sistem CRM

Pada tahap ini akan dilakukan perancangan usulan terkait penelitian yang telah dilakukan. Usulan yang akan dirancang berdasarkan pada hasil analisis keadaan saat ini dan kriteria performansi yang ada sebelumnya. Usulan tersebut ditujukan terhadap pengembangan sistem CRM pada Idachi fitness Center.

9. Analisis, Kesimpulan dan Saran

Tahap ini akan dilakukan analisis terkait dengan hasil analisis keadaan saat ini yang didapatkan, dan usulan yang diberikan. Kemudian akan menjawab rumusan masalah dan tujuan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, juga terdapat saran untuk Idachi Fitness Center dan para peneliti selanjutnya.

I.7 Sistematika Penulisan

Bagian ini akan menjelaskan terkait dengan sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini. Sistematika penulisan adalah penjelasan terkait dengan bab-bab yang ada dalam sebuah laporan penelitian. Berikut ini adalah sistematika penulisan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan terkait dengan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, Batasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjeaskan terkait dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian. Teori yang digunakan sebagai dasar dan untuk menentukan metode analisis yang digunakan serta pengolah data yang ada. Kemudian teori-teori yang ada juga akan digunakan dalam melakukan analisis dan usulan perbaikan yang dihasilkan.

BAB III PERANCANGAN SISTEM CRM

Bab ini berisi tentang hasil analisis keadaan saat ini untuk menentukan kriteria performansi. Kemudian dilanjutkan dengan perancangan usulan sistem CRM dan perancangan basis data untuk mendukung penerapan sistem CRM. Selain itu, juga menyediakan *standard operational procedure* (SOP) sebagai pedoman bagi karyawan untuk menerapkan usulan CRM.

BAB IV ANALISIS

Bab ini akan menjelaskan terkait dengan hasil analisis dari temuan masalah yang didapatkan dan seluruh usulan CRM yang diberikan. Analisis yang ada akan digunakan sebagai wadah untuk memperoleh pemahaman berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan terkait dengan kesimpulan yang telah ditarik dari hasil penelitian untuk menjawab tujuan dan rumusan masalah yang telah dirancang. Selain itu juga akan menjelaskan mengenai saran yang diberikan untuk penelitian serupa untuk masa yang akan datang.