



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**RANCANGAN CRM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN  
DAN MEMPERTAHANKAN PELANGGAN BERDASARKAN  
CUSTOMER PREFERENCE DI NEW SASAK GYM**

Skripsi

Oleh

Kevin Sony Alvianno

2013320065

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**RANCANGAN CRM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN  
DAN MEMPERTAHANKAN PELANGGAN BERDASARKAN  
CUSTOMER PREFERENCE DI NEW SASAK GYM**

Skripsi

Oleh

Kevin Sony Alvianno

2013320065

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Kevin Sony Alvianno  
Nomor Pokok : 2013320065  
Judul : Rancangan CRM untuk Meningkatkan Penjualan dan  
Mempertahankan Pelanggan Berdasarkan Customer Preference di New  
Sasak Gym

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa 10 Januari 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com.,MBA.,M.Phil.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



**Pernyataan**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kevin Sony Alvianno

NPM : 2013320065

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan CRM untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan Customer Preference di New Sasak Gym

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya ilmiah yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 10 Januari 2017



(Kevin Sony Alvianno)

## ABSTRAK

Nama : Kevin Sony Alvianno

NPM : 2013320065

Judul : Rancangan CRM untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan Customer Preference di New Sasak Gym

---

Sasak Gym sudah berdiri sejak tahun 1995, namun mengalami pembaharuan dan renovasi sampai pada tahun 2011 dan berganti nama menjadi New Sasak Gym. Persaingan Gym di Cianjur sangat ketat, karena adanya perkembangan member dari tahun 2013 – 2016 sekitar  $\pm 50\%$ , menurut manajer New Sasak Gym. Oleh karena perkembangan member yang tinggi dan untuk meningkatkan penjualan personal trainer, maka untuk mengenal pelanggan lebih dekat dibutuhkan mengetahui preferensi pelanggan, sehingga untuk mengetahui preferensi pelanggan, perusahaan membutuhkan bantuan sistem CRM dalam hal menganalisa pelanggan, mengelompokkan pelanggan dan meningkatkan kualitas dari personal trainer.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif analitis., juga menggunakan teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan dan wawancara semi struktur. Dan untuk teknik analisis data, untuk membantu di dalam rancangan sistem CRM yang diajukan dibutuhkan pengelompokkan fenomena masalah dengan Business Challenge Bundle , kemudian dilakukan crosscheck menggunakan MIT 90's Framework untuk mengantisipasi perubahan informasi di dalam perusahaan berdasarkan tujuh komponen yang saling berhubungan baik di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan serta untuk melihat konsistensi dengan permasalahan, juga teknologi yang digunakan untuk membantu perusahaan. Dan untuk membuat detail rancangan sistem yaitu proses bisnis dan proses implementasi digunakan Business Process Model and Notation.

Jenis CRM yang digunakan dalam rancangan sistem pada penelitian ini, pertama adalah *analytical CRM* yang digunakan untuk menganalisa data pelanggan, data penjualan, dan data pegawai yang dikumpulkan dan disimpan ke dalam database dan dilakukan pengelompokkan pelanggan. Kedua adalah *collaborative CRM*, data yang telah di analisa dan dikelompokkan digunakan untuk membantu dalam hal untuk penyampaian informasi maupun membantu pelanggan yang kesulitan dalam hal informasi. Dan yang terakhir adalah operational CRM, dengan menggunakan hasil peramalan penjualan, dapat dilakukan product configuration yang akan membantu pemasaran produk. Teknologi yang membantu rancangan sistem seperti fitness center manager system, customer portofolio management, marketing automation dan service automation akan menghasilkan rancangan modul, yang dapat membantu perusahaan dan langkah-langkahnya akan digambarkan secara rinci pada gambar business process model and notation yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *customer relationship management*, preferensi pelanggan, jasa

## **ABSTRACT**

*Name : Kevin Sony Alvianno*

*NPM : 2013320065*

*Title : Designing CRM to Increase Sales and Retain Customers by Customer Preference in New Sasak Gym*

---

Sasak Gym have been standing since 1995, but the experience of renewal and renovation until 2011 and renamed New Sasak Gym. The competition Gym in Cianjur is very strict, due to the development of member from 2013 – 2016 around  $\pm 50\%$ , according to the Manager of the New Sasak Gym. Due to the high registered user and development to increase sales personal trainer, then getting to know customers closer it takes knowing the preferences of customers, so as to know the preferences of the customer, the company needs the help of CRM system in terms of analyzing customers, segmenting customers and improve the quality of personal trainer.

This research uses descriptive research analytical type, also using the techniques of data collection, namely the study of librarianship and semi structure interviews. And for data analysis techniques, to help in the design of the CRM system posed a problem with phenomena which required Business Challenge Bundle, then performed using the crosscheck MIT 90 's Framework in anticipation of changes to information within the company based on seven interrelated components that are well outside the company as well as inside the company as well as to look at consistency with problems, as well as the technology used to help the company. And to make design details IE system of business processes and the process of implementation used Business Process Model and Notation.

Types of CRM that is used in the design of the system on this research, the first is analytical CRM used to analyze customer data, sales data, and employee data is collected and stored into the database and do grouping customers. Second is the collaborative CRM, data that has been analyzed and grouped used to assist in the delivery of information as well as to help customers who have difficulty in terms of information. And the last is the operational CRM, using the results of sales forecasting, product configuration can be done that will help marketing the product. Technology that helps design systems such as the fitness center manager system, customer portfolio management, marketing automation, and customer service automation will result in the design of the module, which can help companies and steps will be described in detail in the image business process model and notation used in this research.

*Keywords : customer relationship management, customer preference, services*

## **Kata Pengantar**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul "*Rancangan CRM untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan Customer Preference di New Sasak Gym*". Penulisan skripsi ini diperuntukkan untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh Ujian Akhir Sastra-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam pembuatan skripsi ini, saya banyak mendapatkan bantuan, dukungan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya selaku penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah turut membantu dalam penyelesaian dan pembuatan skripsi diantaranya :

1. Kepada Papah dan Mamah yang turut membantu mendukung di dalam hal keuangan, doa dan semangat yang sangat membantu dalam menyelesaikan Strata-1
2. Kepada Bapak Iwan Awaludin Jaelani selaku personal trainer sekaligus manajer perusahaan New Sasak Gym, saya mengucapkan terima kasih karena selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan baik moral, maupun informasi serta fasilitas maupun waktu yang disediakan sangat membantu dalam menyelesaikan Strata-1.
3. Kepada Bapak Lukman selaku personal trainer, saya mengucapkan terima kasih karena selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan baik

moral maupun juga informasi serta waktu yang disediakan sangat membantu dalam menyelesaikan Strata-1.

4. Kepada Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
5. Kepada Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku ketua program Ilmu Administrasi Bisnis dan dosen wali yang telah meluangkan waktu untuk memberikan persetujuan dan tanda tangannya.
6. Kepada Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan penuh kesabaran serta perhatiannya dalam membimbing serta memberikan petunjuk-petunjuk, nasehat-nasehat serta arahan-arahan yang sangat berharga dalam menyusun skripsi ini.
7. Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku pihak yang terlibat diskusi meluangkan waktu untuk memberikan data-data dan masukkan yang dibutuhkan dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Kepada seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, terutama Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
9. Kepada teman-teman seperjuangan Finesse, Axel, Okka, Djayadi, dan seluruh teman seperjuangan khususnya teman-teman seangkatan (2013), yang telah berjuang bersama dalam saling membantu untuk mendapat gelar Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.



10. Kepada teman-teman di Cianjur yang turut memberi dukungan dan semangat yaitu Jessen dan Richard.

11. Kepada teman-teman dekat yang memberi dukungan dan semangat yaitu Fericko, Raymond, Gary, Andrew, Sella, Yenni, Renata, Clarissa, Awe Aldri, Vinny, Mega, Lim, Lisa, Lanny, Icel, Bane dan Widi.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik maupun saran akan diterima dengan senang hati, guna untuk menjadi bahan masukan dan pertimbangan dimasa mendatang. Akhir kata saya selaku penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Bandung, 10 Januari 2017

Penulis, Kevin Sony Alvianno

## Daftar Isi

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Bab 1    Pendahuluan .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	5
1.3    Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4    Tujuan Penelitian .....	6
1.5    Manfaat Penelitian.....	6
Bab 2    Kerangka Teori .....	8
2.1    Proses Bisnis.....	8
2.1.1    Teori Jasa.....	8
2.1.2    Definisi Bisnis Jasa.....	10
2.1.3    Teori <i>Fitness</i> atau <i>Gym</i> .....	10
2.1.4    Proses Bisnis <i>Fitness</i> atau <i>Gym</i> .....	10
2.1.5    Manajemen Tempat <i>Fitness</i> .....	12
2.2    Sistem Informasi .....	18
2.2.1    Definisi Sistem Informasi .....	19
2.2.2 <i>Computer Based Information System (CBIS)</i> .....	19
2.2.3    Pengertian Data .....	20
2.3    Customer Relationship Management .....	23
2.3.1    Definisi CRM.....	24
2.3.2    Customer Portofolio Management.....	32
2.3.3    Marketing Automation.....	34
2.3.4    Service Automation.....	35
2.3.5    Customer Analysis.....	36

2.3.6	Customer Behavior .....	37
2.3.7	Customer Preference .....	38
2.4	Framework .....	39
2.4.1	MIT 90's Framework .....	39
2.4.2	Business Process Modelling Noatation (BPMN) .....	42
2.4.3	Data Flow Diagram (DFD).....	44
2.5	Hasil Penelitian Terdahulu .....	46
2.5.1	Penelitian Terdahulu Customer Relationship Management.....	47
2.5.2	Penelitian Terdahulu Customer Analysis .....	53
2.5.3	Penelitian Terdahulu Customer Behavior .....	57
2.5.4	Penelitian Terdahulu Customer Preference.....	60
Bab 3	Metode Penelitian .....	63
3.1	Tipe Penelitian .....	63
3.2	Peran Peneliti .....	64
3.3	Lokasi Penelitian .....	65
3.4	Sumber Data .....	65
3.4.1	Jenis Data .....	65
3.4.2	Informan Penelitian .....	67
3.5	Prosedur Pengumpulan Data .....	69
3.5.1	Pengolahan Data .....	69
3.5.2	Pengumpulan Data.....	69
3.5.3	Reduksi Data .....	71
3.5.4	Kode Etik .....	71
3.5.5	Analisis Data .....	71
3.5.6	Interpretasi Data .....	74
3.6	Analisis Data.....	74
3.6.1	<i>Business Challenge Bundle (BCB)</i> .....	75
3.6.2	MIT 90's Framework .....	76
3.6.3	Business Process Model and Notation (BPMN) .....	80
3.7	Pengecekan Keabsahan Temuan .....	81
3.7.1	Validitas Data .....	81

3.7.2	Uji Realibitas Data .....	83
3.8	Operasionalisasi Variabel .....	84
Bab 4	Objek Penelitian .....	88
4.1	Sejarah Perusahaan.....	88
Bab 5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	93
5.1	<i>Business Challenge Bundle</i> (BCB) .....	93
5.2	MIT 90's Framework & BPMN.....	98
5.2.1	MIT 90's Framework .....	98
5.2.2	BPMN .....	148
5.2.3	Tanggapan Pemilik Terhadap Sistem .....	178
Bab 6	Kesimpulan dan Saran.....	182
6.1	Kesimpulan.....	182
6.2	Saran .....	185
Daftar Pustaka	.....	192

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 MIT 90's Framework.....	40
Gambar 2.2 BPMN Service .....	43
Gambar 3.1 MIT 90's Framework.....	76
Gambar 3.2 BPMN Level Konteks.....	81
Gambar 4.1 Tampak Depan New Sasak Gym .....	88
Gambar 4.2 Tampak tempat latihan lantai 1 New Sasak Gym .....	89
Gambar 4.3 Tampak tempat latihan lantai 2 New Sasak Gym .....	90
Gambar 4.4 Tampak meja kasir dan input absensi .....	90
Gambar 4.5 Tampak tempat manajer New Sasak Gym .....	91
Gambar 4.6 Tampak sertifikat dari "Rai Institute" .....	92
Gambar 4.7 Tampak Sertifikat yang Dimiliki Pemilik .....	92
Gambar 5.1 Business Challenge Bundle.....	95
Gambar 5.2 MIT 90's Framework.....	100
Gambar 5.3 Grafik Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Indonesia (diolah), Sumber : Statistik Indonesia (BPS) Tahun 2014.....	100
Gambar 5.4 Olahraga Zumba.....	109
Gambar 5.5 Olahraga Barre .....	110
Gambar 5.6 Olahraga Bikram Yoga .....	111
Gambar 5.7 Olahraga Boot Camp.....	112
Gambar 5.8 Olahraga Spinning.....	113
Gambar 5.9 Olahraga Cross Fit.....	114
Gambar 5.10 Olahraga Boxing .....	115
Gambar 5.11 Olahraga Body Combat.....	116
Gambar 5.12 Olahraga TRX .....	117
Gambar 5.13 Olahraga Pilates .....	118
Gambar 5.14 Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia (1998 - 2015) .....	131
Gambar 5.15 Data Pengguna Internet di Indonesia 2015 .....	132
Gambar 5.16 Data Pengguna Internet yang Menggunakan Mobile.....	132
Gambar 5.17 Existing Struktur New Sasak Gym .....	137
Gambar 5.18 Proposed Struktur New Sasak Gym.....	138
Gambar 5.19 Tampilan Aplikasi Fitness Center Manager.....	139
Gambar 5.20 Services Cloud .....	142
Gambar 5.21 BPMN Level 0 .....	151
Gambar 5.22 Level 1 Customer Analysis .....	152
Gambar 5.23 Level 2 Pengelompokan Pelanggan .....	154
Gambar 5.24 Ilustrasi Pengelompokan Pelanggan dan Keuangan.....	155
Gambar 5.25 Tampilan layar kelas dan paket latihan .....	156
Gambar 5.26 Level 2 Pengelompokan Kelas dan Paket Latihan .....	157
Gambar 5.27 Level 2 Membuat pendekatan Pemasaran.....	158
Gambar 5.28 Level 1 Marketing .....	159

Gambar 5.29 Level 2 Memantau Pasar .....	160
Gambar 5.30 Level 2 Membuat Strategi Pemasaran.....	161
Gambar 5.31 Level 2 Melaksanakan Strategi Pemasaran .....	162
Gambar 5.32 Tampilan Layar Umpan Balik.....	163
Gambar 5.33 Level 1 Sales Order .....	164
Gambar 5.34 Tampilan Layar Cek Data Pelanggan.....	165
Gambar 5.35 Tampilan Layar Mencatat Data Pelanggan .....	166
Gambar 5.36 Dokumen Fisik Jadwal Pelanggan .....	167
Gambar 5.37 Dokumen Fisik Personal Trainer .....	168
Gambar 5.38 Level 2 Pemesanan Kelas dan Paket Latihan.....	169
Gambar 5.39 Tampilan Layar Pemilihan Kelas dan Paket Latihan .....	170
Gambar 5.40 Level 1 Service Planning .....	171
Gambar 5.41 Level 2 Mempersiapkan untuk pelatihan di kelas dan paket latihan pelanggan .....	172
Gambar 5.42 Level 1 Service Delivery.....	173
Gambar 5.43 Tampilan Mencatat Konsultasi .....	174
Gambar 5.44 Tampilan Layar untuk Melihat Data .....	175
Gambar 5.45 Tampilan Layar Hasil Konsultasi.....	176
Gambar 5.46 Tampilan Layar Hasil Latihan .....	177
Gambar 6.1 Ilustrasi Website New Sasak Gym .....	187
Gambar 6.2 Ilustrasi Contact Us New Sasak Gym .....	188
Gambar 6.3 Ilustrasi Chat Online , Sumber : Ilustrasi Data.....	189

## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Customer Relationship Management (1) .....	47
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Customer Relationship Management (2) .....	50
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Customer Analysis (1) .....	53
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Customer Analysis (2) .....	54
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Customer Behavior (1) .....	57
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu Customer Behavior (2) .....	58
Tabel 2.7 Penelitian Customer Preference (1) .....	60
Tabel 2.8 Penelitian Customer Preference (2) .....	61
Tabel 3.1 Nama Narasumber .....	67
Tabel 3.2 Informasi Narasumber .....	68
Tabel 3.3 Detail Informasi .....	68
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel .....	84
Tabel 5.1 Tingkat Persaingan New Sasak Gym dengan Kompetitor .....	102
Tabel 5.2 Kelas dan Fasilitas Beberapa Gym .....	103
Tabel 5.3 Pola Latihan .....	129
Tabel 5.4 Tanggapan Pemilik Terhadap Sistem .....	178

## **Bab 1 Pendahuluan**

Penelitian ini berisi tentang latar belakang masalah yang dihadapi oleh sebuah industri jasa yaitu Fitness atau Gym di era globalisasi ini, oleh karena itu cara untuk identifikasi masalah yang akan dibahas digunakan *business challenge bundle (bcb)* (Gunawan, 2012), untuk bagian masalah yang sudah diketahui akan dibantu oleh teori Customer Relationship Management (CRM) dan juga menggunakan metodologi penelitian mulai dari proses pengumpulan data hingga keabsahan temuan untuk membantu proses dalam penelitian.

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Fitness, aktivitas kebugaran atau Gym telah berkembang pesat dan menjadi tren gaya hidup masyarakat di zaman modern ini, baik di kota-kota besar maupun di daerah sekalipun. Fenomena ini banyak membawa dampak positif bagi masyarakat, tidak hanya sekedar menyehatkan masyarakat secara mental dan fisik saja, namun juga ikut menumbuhkan industri kesehatan. Kondisi tersebut berdampak pada fitness dan kesehatan. (Sindotrijaya FM, 2014)

Gym dalam arti yang lebih luas memiliki makna ruang atau gedung olahraga. Singkat kata, Gym adalah suatu wadah bagi mereka yang ingin menyegarkan badan dengan melakukan olahraga, yang dapat melenturkan tubuh, mengencangkan otot dan membuat tubuh menjadi kekar (Rachmat, 2013). Di dalam Gym terdapat orang yang sangat berpengaruh dalam kelangsungan hidup bisnis Gym, yaitu personal trainer, pengertian dari personal trainer sendiri adalah orang yang membantu pelanggan dalam menjalankan *fitness* secara baik dan benar (Rizka Septian Arifiansyah, 2012)



Gym yang dimaksud dalam penelitian ini adalah New Sasak Gym yang berlokasi di Jalan Mangunsarkoro No 280, Cianjur. New Sasak Gym mulai dibuka pada tahun 1995 dengan nama awal Sasak Gym, namun setelah dilakukan renovasi hingga pembaharuan pada tahun 2011, berubah nama menjadi New Sasak Gym. Seiring dengan perkembangan Gym di kota Cianjur, perkembangan Gym yang berdiri di Cianjur sangat lumayan tinggi yang awalnya hanya New Sasak Gym kini berubah dengan adanya pendatang baru Gym yaitu 6 hingga 8 Gym baru, hal seperti ini merupakan hal yang cukup mengejutkan khususnya untuk kota Cianjur terutama bisa disebut kota kecil, dimana tingkat persaingan bisnis Gym di kota kecil akan menjadi sangat tinggi, karena adanya perkembangan member dari tahun 2013 – 2016 sekitar  $\pm 50\%$ , menurut manajer New Sasak Gym, sehingga dengan adanya peningkatan member ini membuat dampak sulit untuk mengingat pelanggan baik itu pelanggan tetap maupun pelanggan baru sehingga diperlukan bantuan untuk membantu kedekatan antara pelanggan dan perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu untuk mengetahui preferensi pelanggan untuk itu perusahaan butuh bantuan sistem *customer relationship management*.

Sehingga dengan adanya persaingan dan perkembangan pendatang Gym baru ini, maka dari itu untuk mengatasi masalah terutama persaingan di industri Gym khususnya New Sasak Gym yang sudah berdiri sejak tahun 1995 dan yang telah melakukan renovasi di tahun 2011 yakni dalam persoalan peningkatan penjualan terutama penjualan jasa personal trainer dan dikarenakan juga adanya peningkatan pelanggan dengan tujuan untuk mempertahankan pelanggan maka dari

itu dibutuhkanlah sistem CRM (Customer Relationship Management). Pengertian CRM (Customer Relationship Management) adalah proses strategis dalam mempertahankan pelanggan dengan cara melayani dan membentuk interaksi antara perusahaan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara manajemen hubungan pelanggan (Roberts-Phelps, Graham & Catalan-Matamoros, 2008; 2012).

Persaingan yang disebabkan perkembangan pendatang Gym baru ini menimbulkan masalah yang menyebabkan New Sasak Gym harus mempertahankan pelanggan dan meningkatkan penjualan dalam hal personal trainer akan tetapi untuk membantu hal tersebut dibutuhkanlah Customer Preferences, yaitu cara untuk menilai preferensi pelanggan bahwa keputusan pembelian pelanggan dibuat atas dasar banyak yang berbeda dan bahkan bersaing kriteria seperti kualitas, kinerja, suasana, harga dan fitur (Michael Dixon & Rohit, 2009). Dengan mengetahui preferensi pelanggan kita asumsikan misalnya ketika personal trainer mengamati pelanggan X sering melakukan olahraga dengan treadmill dan sepeda, ketika akan berinteraksi personal trainer akan membahas topik komunikasi yang disenangi pelanggan sesuai dengan kebiasaan yang pelanggan X tersebut lakukan maka dengan topik komunikasi yang sesuai dengan pelanggan X tersebut dapat dilakukan juga penawaran kelas maupun paket latihan terhadap pelanggan X tersebut, maka dari itu pelanggan X akan merasa bahwa dirinya diperhatikan oleh personal trainer dan hal tersebut yang akan menjadi nilai tambah untuk personal trainer tersebut di mata pelanggan misalnya kinerja dari personal trainer yang baik di mata pelanggan karena mengetahui kebiasaan dan kesenangan pelanggan. Sehingga hal tersebut

dapat menjadi jalan yang baru untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan.

Maka dari itu untuk pengaplikasian CRM (Customer Relationship Management) di New Sasak Gym dilakukan dengan cara menganalisa preferensi pelanggan sehingga dapat dibuat pengelompokkan pelanggan berdasarkan kriteria pelanggan yang ada di perusahaan, seperti data latihan pelanggan, data umpan balik pelanggan dan data historis pelanggan untuk melihat frekuensi waktu kunjungan, menu latihan dan jenis latihan pelanggan seperti body building, body fitness ataupun body shat. Dengan mengetahui preferensi pelanggan juga kita dapat membantu melakukan pengelompokkan pelanggan, apabila diasumsikan misalnya personal trainer mengetahui adanya pelanggan A, B, C yang senang melakukan olahraga fitness, pelanggan D, E, F lebih senang body building dan pelanggan G, H, I senang melakukan body shat dengan mengetahui kesenangan dari masing-masing pelanggan ini dapat dibuat pengelompokkan sehingga misalkan dalam proses penawaran kelas dan paket latihan sudah dapat ditawarkan sesuai dengan kelompok yang sudah di buat pengelompokkannya, maka hal tersebut dapat membuat pelanggan merasa diperhatikan dan merasa nyaman dengan tawaran kelas dan paket latihan yang sesuai dengan minatnya. Pengelompokkan pelanggan ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan perusahaan mengetahui kelompok pelanggan yang menguntungkan dengan cara yang sama yaitu menganalisa pelanggan berdasarkan kriteria customer preference untuk membuat pelanggan nyaman serta mempertahankan pelanggan. Customer preference merupakan kunci untuk pelaksanaan CRM di perusahaan ini karena dengan adanya Customer

Preference kita dapat mengetahui apa yang pelanggan suka dan menentukan cara yang tepat untuk meningkatkan penjualan seperti topik komunikasi yang sesuai dengan masing-masing pelanggan dan kelas dan paket latihan yang cocok dengan apa yang pelanggan inginkan.

Untuk membantu di dalam proses analisa preferensi pelanggan hingga proses penawaran kelas dan paket latihan juga konsultasi, akan digunakan teknologi yang membantu pencatatan data dan penyimpanan data yaitu fitness center manager system, untuk membantu analisa dan pengelompokkan pelanggan akan dibantu oleh customer portofolio management, untuk proses penawaran kelas dan paket latihan serta product configuration akan dibantu oleh marketing automation dan juga untuk proses konsultasi akan dibantu oleh service automation.

Maka dari itu untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan setelah mengetahui customer preference melalui CRM, judul penelitian ini adalah “Rancangan CRM untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan Customer Preference New Sasak Gym”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, penulis merumuskan permasalahan yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut :

Bagaimana rancangan CRM yang dapat diaplikasikan di New Sasak Gym untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan customer preference?

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana perubahan proses bisnis yang harus dilakukan New Sasak Gym ?
2. Rancangan CRM (Customer Relationship Management) seperti apa yang cocok di terapkan di New Sasak Gym agar dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan customer preference?
3. Bagaimana tanggapan pemilik New Sasak Gym terhadap rancangan sistem CRM (Customer Relationship Management) yang diusulkan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, berikut adalah hal-hal yang ingin dicapai dari penelitian:

1. Untuk mengetahui perubahan proses bisnis di New Sasak Gym
2. Untuk mengetahui rancangan CRM (Customer Relationship Management) yang cocok diterapkan di New Sasak Gym yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan customer preference
3. Tanggapan dari New Sasak Gym terhadap usulan rancangan sistem CRM (Customer Relationship Management)

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rancangan bagi perusahaan tentang CRM (Customer Relationship Management) agar perusahaan dapat

meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan customer preference.

## 2. Bagi Penulis

Proses dan hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu menambah wawasan penulis tentang ilmu CRM serta mengetahui penerapan rancangan CRM (Customer Relationship Management) terutama di industri jasa

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan tentang CRM (Customer Relationship Management) yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan di suatu industri, lebih fokusnya pada industri jasa.