



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 Sistem *Customer Relationship Management* Restoran

X

Skripsi

Oleh

Cicelia Effendi Gunawan

2015320129

Bandung

2019



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 Sistem *Customer Relationship Management*
Restoran X

Skripsi

Oleh

Cicelia Effendi Gunawan

2015320129

Pembimbing

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

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis




Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Cicelia Effendi Gunawan
Nomor Pokok : 2015320129
Judul : Rancangan Sistem *Customer Relationship Management* Restoran X

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 22 Juli 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S. T., M.AB. : 

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 bertandatangan di bawah ini :

Nama : Cicelia Effendi Gunawan
NPM : 2015320129
Jurusan/ Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
: Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Rancangan *Customer Relationship
Management* Restoran X

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik 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 dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 09 Juli 2019

Cicelia Effendi Gunawan

Abstrak

Nama : Cicelia Effendi Gunawan
NPM : 2015320129
Judul : Rancangan Sistem *Customer Relationship Management* Restoran X

Dengan meningkatnya total pengeluaran konsumen untuk makanan membuat tingkat persaingan restoran menjadi tinggi sehingga restoran saling memperebutkan pasar untuk mempertahankan bisnisnya. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan, dibutuhkan adanya rasa loyalitas pelanggan, sementara loyalitas pelanggan akan didapatkan bila restoran dapat memberikan perlakuan yang tepat untuk pelanggannya. Memberikan perlakuan yang tepat membutuhkan adanya informasi yang diolah sehingga keputusan yang diberikan oleh restoran dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan setiap pelanggan.

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Jenis penelitian ini akan menggambarkan fenomena yang terjadi pada industri restoran saat ini dan menyimpulkan secara umum fenomenanya. Dengan menggunakan analisa lima kekuatan *Porter*, dapat dilihat bila tingkat persaingan dalam industri restoran tinggi. Setelah melihat tingkat persaingan di dalam industri restoran, maka peneliti akan merancang fitur dalam sistem *Customer Relationship Management* (CRM) sehingga sistem ini dapat membantu restoran menghadapi persaingan di dalam industrinya. Merancang fitur sistem CRM ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini akan membuat data simulasi berupa data transaksi restoran X selama 3 bulan untuk memahami fenomena dalam restoran X. Setelah memahami, maka penelitian ini akan menggambarkan proses bisnis restoran X menggunakan *Business Process Model Notation* (BPMN). Lalu penelitian ini akan menganalisa apa saja yang dibutuhkan dalam sistem CRM dengan melakukan analisis sistem.

Fitur yang diberikan dalam sistem CRM ini adalah memberikan sebuah *calendar reminder* yang isinya adalah *to-do list* untuk karyawan dalam memberikan suatu perlakuan untuk setiap pelanggan restoran X. Perlakuan yang diberikan karyawan berdasarkan profil pelanggan yang telah dibuat restoran. Selain itu, sistem ini akan mengelompokkan pelanggan yang ada di dalam restoran X, sehingga restoran dapat fokus kepada kelompok pelanggan yang menguntungkan untuk restoran. Kelompok pelanggan dibuat restoran berdasarkan perhitungan kontribusi margin dari setiap pelanggan. Dengan mempertahankan kelompok pelanggan tersebut, restoran sudah dapat memenuhi target *profitnya* dan bahkan dapat meningkatkan *profitnya*.

Kata kunci : CRM, Reminder, Kelompok pelanggan, 5 Forces Porter

Abstract

Name : Cicelia Effendi Gunawan
NPM : 2015320129
Title : *System Design Customer Relationship Management in Restaurant X*

With an increase in consumer spending on food, the level of restaurant competition become so high that restaurants compete with each other to maintain their business. One way to do this is to retain customers. Maintaining customers need customer's loyalty, while customer loyalty will obtain if the restaurant can provide the right treatment for its customers. Providing appropriate treatment requires the information that processes so that the decisions by the restaurant can suit each customer's needs and desires.

The type used in this study is descriptive-analytical. This type of research will describe the current phenomenon in the restaurant industry and sum up in general. By using the analysis of Porter's five forces, it can see if the level of competition in the restaurant industry is high. After looking at the level of competition in the restaurant industry, the researchers will design the features in the Customer Relationship Management (CRM) system so that this system can help restaurants face competition in their industry. Designing the features of the CRM system will use a case study method. This study will make simulation data of restaurant X transaction data for 3 months to understand the phenomenon in restaurant X. After that, this research will describe the restaurant X business process using Business Process Model Notation (BPMN). Then this study will analyze the CRM system by analyzing the system.

The features system is a calendar reminder that is a to-do list for employees to provide treatment for each customer in restaurant X. The treatment base is customer profiles that have been made by the restaurant. Also, this system will group customers in the restaurant X, so that restaurants can focus on customer groups that are profitable for restaurants. Customer groups created restaurants based on the calculation of margin contribution from each customer. By maintaining the customer group, the restaurant can fulfill the profit target and even can increase its profit.

Keywords : CRM, Reminder, Customers group, Porter's Five Forces

Kata Pengantar

Dengan mengucapkan syukur puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan judul “Rancangan Sistem *Customer Relationship Management* Restoran X”. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Pendidikan Sarjana pada Program Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam melakukan penelitian ini banyak bantuan, dukungan, saran, dan bimbingan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini diantaranya :

1. Kepada Bapak Martin dan Ibu Sriyati selaku kedua orang tua penulis yang sudah menjadi motivasi terbesar untuk penulis dan telah menjadi pendukung terbesar penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Kepada Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com.,MBA.,M.Phil selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian, telah meluangkan waktunya untuk membagikan ilmu dan memberi arahan dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan dan Ibu Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.

4. Seluruh dosen dan staff pengajar Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang telah mengajari dan memberikan ilmu pengetahuan untuk penulis.
5. Kepada Cempaka dan Candra selaku kedua adik dari penulis yang selalu menjadi tempat penulis untuk bercerita, teman bermain, teman mengerjakan skripsi, dan menjadi motivasi penulis dalam mengerjakan skripsi ini dan juga selalu memberikan tawa. Terimakasih Cempaka telah mengenalkan BTS kepada penulis sehingga BTS selalu menemani penulis dalam mengerjakan skripsi.
6. Kepada Carolus Rulant L. yang selalu memberi dukungan dan motivasi untuk penulis. Selain itu juga yang selalu mendengarkan segala cerita dan keluh kesah penulis selama menjalani masa kuliah dan masa mengerjakan skripsi.
7. Kepada grup “BOLANG” yaitu Jill, Grace, dan Nydia selaku sahabat penulis dari SMP yang telah menjadi teman bermain dan teman curhat penulis.
8. Kepada Irene, Alicia, dan Audi selaku sahabat penulis dari SMA yang telah memberikan motivasi, menjadi teman bermain dan teman curhat penulis.
9. Kepada keluarga besar Chevalier yang telah menjadi hiburan penulis selama berkuliah terutama untuk Bimo, Jordan, Anya, Sabna, dan Andin yang menjadi teman dalam susah maupun senang terutama saat berada di Chevalier.
10. Kepada “TIM GABUT” yaitu Alfiah, Clarisa, Felisitas, Jemima, Nadya, Tiara, Intan, Shafira, Gea, dan Monic yang telah menjalani kuliah dari semester 2 hingga sekarang dan memberikan masukan ataupun motivasi dalam menjalani kuliah maupun dalam mengerjakan skripsi ini.

11. Kepada “Visnis 15” yang telah mendukung dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi.
12. Kepada kelompok skripsi SIB yang telah bersama – sama mengerjakan skripsi ini.
13. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2015 Administrasi Bisnis dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNPAR yang telah memberikan kenangan selama perkuliahan.

Penulis menyadari bila penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk segala kritik dan saran akan diterima guna menjadi bahan masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan untuk restoran X. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih banyak untuk seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, 09 Juli 2019

Cicelia Effendi Gunawan

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Abstract.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Kegunaan Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 KERANGKA TEORI	10
2.1. Bisnis Kuliner	10
2.1.1. Restoran	11
2.2. Manajemen Hubungan dengan Pelanggan.....	12
2.2.1. Analisa Portofolio Pelanggan	19
2.2.2. Mengelola dan Membuat Data Pelanggan.....	20

2.2.3.	Membuat Strategi untuk Pelanggan.....	21
2.3.	Lima Kekuatan <i>Porter</i>	24
2.4.	Sistem Informasi Manajemen	28
2.4.1.	Sistem Informasi Pemasaran	31
2.5.	<i>Business Process Model Notation</i> (BPMN).....	33
BAB 3	METODE PENELITIAN	37
3.1.	Jenis Penelitian	37
3.2.	Metode Penelitian	37
3.3.	Model dan Tahapan Penelitian	38
3.3.1.	Model Penelitian.....	38
3.3.2.	Tahapan Penelitian	38
3.4.	Operasionalisasi Variabel	40
3.5.	Sumber Data	41
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.7.	Teknik Analisa Data	44
3.7.1.	Analisa Lima Kekuatan Porter	44
3.7.2.	BPMN.....	45
3.7.3.	<i>System Analysis</i>	45
BAB 4	OBJEK PENELITIAN.....	46
4.1.	Sejarah Singkat dan Profil Restoran X	46

4.2.	Bagan Organisasi Restoran X	47
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN		48
5.1.	Analisa Industri Restoran.....	50
5.1.1.	Ancaman Dari Pesaing	50
5.1.2.	Ancaman dari Pendatang Baru	52
5.1.3.	Ancaman dari Supplier	53
5.1.4.	Ancaman dari Pembeli.....	54
5.1.5.	Ancaman dari Produk Substitusi.....	56
5.2.	Rancangan CRM Restoran X.....	59
5.2.1.	BPMN Menyapa Pelanggan	62
5.2.2.	BPMN Menerima Pesanan Produk.....	81
5.2.3.	BPMN Analisa Penjualan	88
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		119
DAFTAR PUSTAKA.....		121
LAMPIRAN		126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1-1 Total Pengeluaran per Tahun	1
Gambar 1-2 Tabel Pertumbuhan Jasa Layanan Minuman dan Makanan di Indonesia.....	2
Gambar 2-1 Ruang Lingkup Subsektor Kuliner.....	10
Gambar 2-2 Porter's Five-Forces Model.....	25
Gambar 2-3 Klasifikasi Sistem Informasi	30
Gambar 2-4 Komponen sistem informasi pemasaran.....	31
Gambar 2-5 Sequence diagram.....	34
Gambar 2-6 Collaboration diagram	34
Gambar 4-1 Bagan organisasi Restoran X	47
Gambar 5-1 Pertumbuhan Restoran di Indonesia tahun 2014.....	50
Gambar 5-2 Ulasan Restoran X.....	55
Gambar 5-3 BPMN Proses Bisnis Restoran	62
Gambar 5-4 Tampilan Reminder untuk Karyawan	63
Gambar 5-5 Tampilan To-do List Karyawan	64
Gambar 5-6 Tampilan Karyawan dalam melakukan to-do list.....	66
Gambar 5-7 Form Input Pelanggan Baru	68
Gambar 5-8 BPMN Menyapa Pelanggan	69
Gambar 5-9 Pertumbuhan jumlah profit dalam kelompok key customer	71
Gambar 5-10 Tampilan customer profile pelanggan PT. B	72
Gambar 5-11 Tampilan customer profile pelanggan Travel A.....	72
Gambar 5-12 Tampilan customer profile pelanggan Travel B.....	73

Gambar 5-13 Tampilan customer profile pelanggan PT. A	73
Gambar 5-14 Tampilan form penilaian bentuk komunikasi.....	76
Gambar 5-15 Tampilan Form Penilaian Pelanggan oleh Karyawan	78
Gambar 5-16 BPMN Membuat To-do List Karyawan	80
Gambar 5-17 Tampilan Input Transaksi Penjualan	81
Gambar 5-18 Tampilan To-do List Pada Saat Menawarkan Produk lain	82
Gambar 5-19 Tampilan Form Pesanan untuk Pelanggan	85
Gambar 5-20 BPMN Menerima Pesanan Produk	87
Gambar 5-21 Penghasilan Bulan April hingga Juni Restoran X.....	89
Gambar 5-22 Profit Restoran X dari Bulan April hingga Juni	91
Gambar 5-23 BPMN Analisa Penjualan.....	95
Gambar 5-24 BPMN Mengidentifikasi pelanggan.....	99
Gambar 5-25 Proporsi Profit Tipe Pelanggan Restoran X	101
Gambar 5-26 Proporsi Kontribusi Margin Restoran X Per Pelanggan Selama 3 Bulan.....	103
Gambar 5-27 BPMN Identifikasi key customer	105
Gambar 5-28 BPMN Menentukan dan Memilah Kriteria dalam Customer Profile	118

DAFTAR TABEL

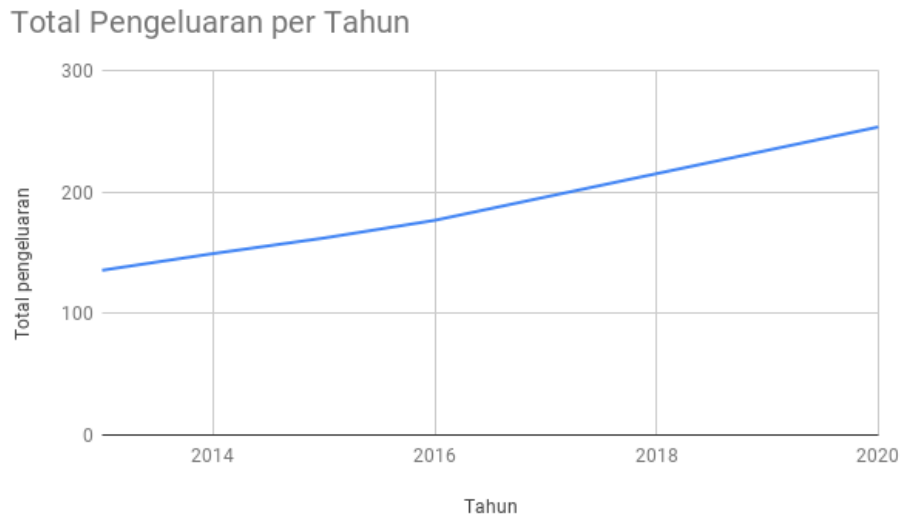
Tabel 2-1 Elemen utama BPMN	36
Tabel 3-1 Tabel operasionalisasi variabel	41
Tabel 5-1 Tabel Pertumbuhan dan Jumlah Bisnis Kuliner di Indonesia	56
Tabel 5-2 Tabel Penghasilan Restoran X selama 3 Bulan.....	89

Tabel 5-3 Pertumbuhan Penghasilan Restoran X	90
Tabel 5-4 Tabel Profit Restoran X selama 3 Bulan.....	91
Tabel 5-5 Pertumbuhan Profit Restoran X dari Bulan April hingga Juni	92
Tabel 5-6 Tabel Penghasilan per Tipe Pelanggan Restoran X	100
Tabel 5-7 Kontribusi Margin Profit Restoran X dari Bulan April hingga Juni...	101
Tabel 5-8 Kontribusi Margin Per Pelanggan Per Bulan	102
Tabel 5-9 Urutan Kontribusi Margin Restoran X.....	103
Tabel 5-10 Penjumlahan proporsi kontribusi margin	104
Tabel 5-11 Kategori pelanggan dalam kelompok key customer	108
Tabel 5-12 Preferensi produk dan tujuan kedatangan kelompok key customer..	111
Tabel 5-13 Pola waktu pelanggan dalam kelompok key customer	114
Tabel 5-14 Customer profile pelanggan PT.A.....	115
Tabel 5-15 Customer profile pelanggan Travel A.....	115
Tabel 5-16 Customer profile pelanggan Travel B	116
Tabel 5-17 Customer profile pelanggan PT. B.....	116

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah



Gambar 1-1 Total Pengeluaran per Tahun

Sumber : (Chen, 2016)

Grafik diatas menjelaskan total pengeluaran masyarakat hanya untuk makanan setiap tahunnya meningkat. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah pola gaya hidup masyarakat yang merasa bila dalam sebuah acara membutuhkan makanan dan minuman sebagai pelengkap acara tersebut. Dalam membuat makanan dan minuman, banyak konsumen yang lebih memilih untuk membeli dari luar daripada memasak sendiri karena lebih menghemat waktu (Juniman, 2017).

Selain itu, dengan semakin berkembangnya aplikasi untuk mengantarkan makanan semakin mempermudah konsumen untuk membeli makanan dan minuman untuk acaranya. Tahun 2018 tercatat

terdapat 500 juta pengguna untuk aplikasi pengiriman kuliner (Hadi, 2019).

Value Sales and Growth of Indonesia's Foodservice by Type, 2014
In US\$ Millions

Subsector	2013	2014	2015 ^E	2016 ^F	2019 ^F	% CAGR 2010-14	% CAGR 2015 ^E -19 ^F
Total Consumer Foodservice	33,625.9	36,814.8	39,906.4	43,310.8	56,290.7	8.7	9.0
Chained Consumer Foodservice	2,583.9	2,985.8	3,409.5	3,878.2	5,584.4	13.4	13.1
Independent Consumer Foodservice	31,042.1	33,829	36,496.9	39,432.6	50,706.3	8.3	8.6

F: Forecast. E: Estimated. CAGR: Compound Annual Growth Rate.

Gambar 1-2 Tabel Pertumbuhan Jasa Layanan Minuman dan Makanan di Indonesia

Sumber : (Chen, 2016)

Gambar 1-2 menunjukkan bila usaha kuliner di Indonesia meningkat sebanyak 9% dan akan terus meningkat setiap tahunnya (Chen, 2016). Dengan tingkat pertumbuhan usaha kuliner yang terus meningkat tapi tingkat pertumbuhan penduduk yang rendah yaitu 1,1% (Google, 2018), membuat tingkat persaingan usaha kuliner menjadi tinggi. Usaha kuliner mempunyai pasar yang menguntungkan tetapi saling memperebutkan konsumen.

Contoh kasusnya adalah bila sebuah perusahaan klien mengadakan sebuah acara ulang tahun. Saat mengadakan acara tersebut, pelanggan ini akan memesan jumlah makanan yang cukup banyak. Dengan memesan dalam jumlah yang banyak, perusahaan ini dapat memberikan *profit* yang besar untuk restoran. Oleh sebab itu, restoran perlu mengingat tanggal ulang tahun perusahaan, bahkan restoran harus dapat mencari tahu tanggal – tanggal penting lain yang ada di perusahaan tersebut.

Bila restoran mengetahui tanggal – tanggal penting dalam perusahaan klien tersebut, maka restoran dapat memberikan suatu perlakuan sesuai dengan tanggal penting dalam perusahaan klien seperti tanggal ulang tahun. Contohnya adalah restoran dapat memberikan promosi sesuai dengan preferensi klien pada hari ulang tahun klien. Bentuk promosi yang diberikan Promosi tersebut dapat membantu restoran untuk menjaga hubungan dengan klien dan meningkatkan *profit* dari perusahaan klien secara bersamaan.

Menjaga hubungan dengan klien dan meningkatkan *profit* dari klien membutuhkan suatu pengolahan dalam sebuah sistem. Karena bila restoran menggunakan cara tradisional, maka restoran dapat saja melakukan kesalahan dalam memberikan perlakuan dan promosi yang diberikan kepada perusahaan tersebut menjadi tidak efektif. Sistem akan membantu restoran untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan dan mengelola informasi – informasi yang dapat digunakan restoran untuk mengambil sebuah keputusan.

Dari pembahasan yang ada diatas dan berdasarkan wawancara dengan konsultan bisnis restoran X, maka sistem yang dapat digunakan oleh restoran adalah sistem *Customer Relationship Management (CRM)*. Sistem CRM ini akan dapat membantu restoran untuk memberikan perlakuan dan promosi yang tepat untuk setiap pelanggannya melalui beberapa fitur. Seperti memberikan sebuah *reminder* kepada karyawan restoran, membantu restoran merancang dan memberikan *to-do list*

kepada karyawan, membantu restoran membuat profil pelanggan, dan membantu restoran menganalisa kelompok – kelompok pelanggannya. Sehingga penelitian ini berjudul **“Rancangan Sistem *Customer Relationship Management* Restoran X”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Restoran yang akan diteliti oleh peneliti adalah Restoran X. Restoran X merupakan salah satu restoran yang ada di Bandung yang terbentuk semenjak tahun 2008. Restoran ini mengusung tema “warung” dan menu andalannya adalah menu camilan tahu. Restoran ini juga mempunyai beberapa cabang di Bandung dan Jabodetabek. Tipe pelanggan yang akan dianalisa dalam restoran ini adalah tipe pelanggan organisasi atau perusahaan yang dapat memesan makanan dalam sekali pesan lebih dari 20 porsi.

Dengan mencari pelanggan baru menjadi sebuah tantangan untuk restoran mempertahankan bisnisnya sehingga mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi salah satu alternatif yang digunakan restoran. Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, restoran juga harus mempertahankan kepuasan pelanggan yang akan dinilai dari perlakuan yang diberikan restoran.

Dalam memberikan perlakuan kepada pelanggan, restoran membutuhkan adanya sebuah sistem. Sistem ini akan membantu karyawan mengetahui dengan tepat setiap perlakuan yang diberikan

kepada pelanggan restoran X, karena perlakuan yang diberikan untuk setiap pelanggan akan berbeda – beda. Bila tidak adanya suatu sistem yang dapat mengaturnya, maka setiap pelanggan akan mendapatkan perlakuan yang sama atau dapat terjadi banyak kesalahan dalam memberikan perlakuan kepada pelanggan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut.

Secara tidak langsung juga, sistem ini akan membantu restoran mengelola hubungannya dengan pelanggan. Manajemen hubungan pelanggan ini sangat penting untuk dilakukan restoran dalam menjaga loyalitas pelanggan. Bila loyalitas pelanggan baik, pelanggan akan mau melakukan pembelian berulang pada restoran. Sistem yang akan membantu mengelola adalah sistem CRM. Rancangan sistem CRM yang terdapat pada penelitian ini terdapat beberapa fitur yang membantu restoran mengelola hubungannya dengan pelanggan.

Fitur yang diberikan dalam sistem CRM ini adalah memberikan dan merancang sebuah *reminder* yang berbentuk sebuah *to-do list* kepada karyawan yang berdasarkan pada profil pelanggan. *Reminder* ini akan memberitahukan kepada karyawan untuk menghubungi pelanggan mana dan melakukan apa. Setiap harinya, karyawan akan menghubungi pelanggan yang berbeda – beda dan memberikan perlakuan yang berbeda – beda juga, tergantung dari *to-do list* pada hari tersebut. Rancangan *reminder* dan *to-do list* ini diberikan berdasarkan profil pelanggan yang sudah dibuat oleh restoran. Profil pelanggan ini telah memuat semua

informasi pelanggan mulai dari informasi pribadi, pola preferensi, pola waktu, dan bentuk komunikasi yang diinginkan setiap pelanggan.

Fitur lain yang ditawarkan dari sistem CRM ini adalah mengetahui kelompok pelanggan di dalam restoran. Kelompok pelanggan ini akan digunakan oleh restoran untuk mengetahui pelanggan mana yang memberikan kontribusi margin atau kontribusi *profit* paling besar untuk restoran. Tujuan mengetahui kelompok pelanggan ini adalah untuk memfokuskan restoran dalam memberikan pelayanan kepada siapa karena bila kelompok pelanggan tersebut memberikan *profit* yang besar untuk restoran, maka kelompok pelanggan tersebut harus dioptimalkan oleh restoran.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana merancang sistem CRM yang dapat membantu restoran mengelola hubungan dengan pelanggan?”

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk menggambarkan proses bisnis dari Restoran X saat ini dan menganalisa *customer preferences* dan *customer behavior* sehingga dapat membuat rancangan sistem CRM yang membantu restoran dalam mengelola hubungan dengan pelanggan.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah kegunaan teoritis dan praktis.

1. Kegunaan teoritisnya adalah penelitian ini dapat memberikan informasi bagi peneliti lain mengenai manfaat *customer preferences* dan *customer behaviour* dalam merancang sistem CRM. Bagi peneliti, hasil penelitian bermanfaat sebagai sebuah pengalaman untuk menambah wawasan mengenai CRM.
2. Kegunaan praktisnya adalah sebagai sebuah saran untuk restoran dalam menerapkan rancangan sistem CRM agar kepuasan pelanggan meningkat dan *profit* juga meningkat.

1.6.Sistematika Penulisan

- Bab 1

Berisikan pendahuluan yang membahas kondisi persaingan bisnis kuliner saat ini. Persaingan bisnis kuliner saat ini dapat dikatakan tinggi tetapi konsumennya sendiri rendah sehingga meningkatkan tingkat persaingan di dalam industri kuliner. Sehingga mengelola pelanggan yang sudah ada menjadi hal penting untuk restoran dan restoran membutuhkan adanya sistem yang mengelola hubungan dengan pelanggan tersebut yaitu sistem CRM.

- Bab 2

Berisikan teori –teori yang digunakan untuk mendukung rancangan sistem CRM. Seperti teori mengenai bisnis kuliner, restoran, manajemen hubungan dengan pelanggan atau CRM, sistem informasi manajemen, dan *tools* yang digunakan peneliti. *Tools* yang digunakan adalah analisa lima kekuatan *Porter* untuk menganalisa

tingkat persaingan restoran X di industrinya. Selain itu, peneliti menggunakan *Business Process Model Notation* (BPMN) sebagai *tools* untuk menggambarkan proses bisnisnya.

- Bab 3

Menjelaskan metode dalam penelitian ini adalah analisis deksriptif dan pendekatannya dengan menggunakan kualitatif. Dalam bab ini juga dijelaskan model dan tahapan penelitian ini, operasionalisasi variabel, sumber data dan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Bila dalam bab 2 dijelaskan mengenai teori *tools* dalam penelitian ini, maka dalam bab 3 menjelaskan bagaimana peneliti menggunakan *tools* ini dalam penelitiannya.

- Bab 4

Berisi mengenai informasi sejarah dan struktur organisasi restoran X.

- Bab 5

Berisi tentang pembahasan dan hasil penelitian yang menjelaskan tingkat persaingan usaha kuliner di Indonesia, merancang sistem CRM berdasarkan portofolio pelanggan yang terdiri dari *customer preferences* dan *customer behaviour*. Restoran akan menganalisa dan mengelompokkan pelanggan yang menguntungkan untuk restoran, lalu mencari profil pelanggannya masing – masing. Setelah mendapatkan profil setiap pelanggan, maka restoran akan dapat menentukan strategi apa yang tepat untuk

setiap pelanggannya dan restoran dapat melakukan *operational* CRM.

- Bab 6

Berisi mengenai kesimpulan dan saran yang diberikan peneliti untuk restoran X dalam mengelola hubungannya dengan pelanggan. Kesimpulan dan saran ini didapatkan dari hasil rancangan sistem CRM yang telah dilakukan pada bab