

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Fabelio.com adalah perusahaan berbasis *online* yang bergerak dalam bidang furnitur yang menghubungkan antara pembeli dan penjual dalam transaksi beragam furnitur berkualitas tinggi. Meskipun perusahaan ini bergerak dalam basis *online*, namun Fabelio tetap mempunyai berbagai *showroom* yang terletak di 11 lokasi berbeda di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan Bandung. Fabelio dapat dikategorikan sebagai perusahaan *start-up* yang telah berkembang pesat. Walaupun Fabelio baru berumur sangat muda yaitu hampir menginjak tiga tahun berdiri, namun sudah berkembang pesat yang awalnya hanya memiliki satu *showroom* menjadi 11 *showroom*. Tujuan dari adanya *showroom* sendiri untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dan juga tujuan utama meningkatkan jumlah transaksi dengan diadakannya *showroom* di tengah pelanggan sehingga pelanggan dengan nyaman dan percaya bisa langsung merasakan produk furnitur dengan kualitas tinggi yang dihadirkan Fabelio di tengah pelanggan.

Proses transaksi antara pelanggan dengan Fabelio tidak hanya terhenti saat proses pembelian, penjualan, dan pembayaran tetapi juga setelah proses transaksi tersebut selesai masih ada interaksi lanjutan karena produk yang dibeli pelanggan akan dikirimkan dan berbasis data *online* sehingga diperlukan interaksi lanjutan berupa konfirmasi pemesanan, meminta tanggal ketersediaan pengiriman kepada pelanggan, memberi kabar ketersediaan *slot* yang tersedia untuk antrian pengiriman barang, menanggapi keluhan dan memberikan bantuan informasi kepada pelanggan guna mendekatkan diri dengan pelanggan secara personal. Sehingga dapat dibayangkan penting untuk perusahaan ini membina hubungan pelayanan tidak hanya sebatas pada fokus penjualan produk saja tetapi juga pada proses menjaga hubungan setelah transaksi dilakukan yang menuntut pelayanan yang baik guna terciptanya

pengalaman dan kesan yang baik di benak pelanggan terhadap kualitas pelayanan Fabelio yang menuntut perhatian kepada pelanggan.

Setelah hampir tiga tahun berjalan, pada akhirnya Fabelio memutuskan untuk mulai mengoperasionalkan bagian khusus untuk membangun dan membina hubungan dengan pelanggan baik sebelum ataupun setelah transaksi agar terciptanya hubungan yang dekat dengan pelanggan. Bagian ini disebut sebagai *Customer Relationship Management*. Bagian ini bertanggung jawab penuh terhadap hubungan dengan pelanggan baik dengan tujuan kepuasan pengalaman dalam benak pelanggan dan meningkatkan minat beli pelanggan dikemudian hari. Pengalaman pelanggan merupakan satu kesatuan hubungan yang mengikat antara produk dan pelanggan yang dikemas dan disempurnakan melalui pelayanan dari berbagai aspek, hal ini dijelaskan oleh studi oleh Gentile *et al.* (2007). Menurut Gentile, Spiller, dan Noci (2007, h. 397) pengalaman ini bersifat sangat pribadi dan menyiratkan keterlibatan pelanggan pada tingkat yang berbeda (rasional, emosional, sensorial, fisik, dan spiritual).

Oleh karena itu, dengan adanya berbagai pandangan mengenai pentingnya pengalaman konsumen guna mendukung kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan, munculah bagian ini yaitu *Customer Relationship Management* yang berfokus dalam membina pengalaman memuaskan melalui pelayanan yang nantinya bertujuan untuk membuat pelanggan melakukan transaksi kembali secara berkala karena adanya pengalaman yang memuaskan tersebut. Terdapat empat langkah optimal dalam menciptakan metode program *Customer Relationship Management* yang berhasil, empat langkah optimal tersebut dikenalkan oleh Peppers dan Rogers (2016 h. 79-80) dengan istilah IDIC (*Identify, Differentiate, Interact, dan Customize*). Pertama perusahaan harus melakukan tahap identifikasi (*identify*) pelanggan secara rinci dan dalam keseluruhan data pribadi kepentingan pelanggan terhadap perusahaan perlu didapatkan guna perusahaan mengenal betul apa yang diperlukan dan dibutuhkan pelanggannya. Setelah menyelesaikan tahap identifikasi, tahap yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah menentukan faktor atau hal pembeda setiap pelanggan perusahaan (*differentiate*). Tahapan ketiga

dalam metode ini adalah interaksi (*interact*). Di tahapan ini penting bagi perusahaan untuk menjaga hubungan baik dengan cara selalu berinisiatif untuk menjalin percakapan dua arah agar hubungan antara keduanya semakin dalam dan semakin mengetahui apa yang menjadi kebutuhan setiap pihak. Tahapan terakhir yaitu penyesuaian (*customize*) setelah memperoleh berbagai data dan mengerti karakteristik pelanggan, perusahaan diharapkan sudah dapat menyesuaikan data dengan kebutuhan pelanggan yang nantinya dapat dikonversikan menjadi hubungan saling menguntungkan dimana pelanggan merasa puas dengan layanan juga nilai yang diberikan perusahaan kepada pelanggan yang optimal dan efektif.

Penulis memilih perusahaan Fabelio.com karena penulis melihat perusahaan Fabelio.com berkembang pesat dalam bidang yang sedang menjadi perhatian public yaitu *e-commerce*. Di Fabelio.com juga memiliki lingkungan kerja yang bagi penulis mendukung penulis untuk selalu berkembang dengan memberikan apresiasi kepada karyawan yang memiliki performa baik sehingga hal tersebut memotivasi penulis untuk selalu memberikan yang terbaik dalam segala pekerjaan yang penulis lakukan.

Penulis dalam praktik kerja magang di Fabelio.com memilih divis *customer relationship management* karena penulis sangat ingin bekerja secara langsung dalam hal analisis dengan didasari data-data yang valid di dalam pekerjaan nyata. Hasil analisis tersebut nantinya akan berupa masukan yang berguna dimana penulis dapat melatih ketajaman analisis guna mendapatkan hasil yang penting terkait kepuasan dan kesetiaan pelanggan yang menjadi tugas dari divisi *customer relationship management*.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari kerja magang yang dilakukan penulis untuk mengetahui dan mempelajari kegiatan divisi *Customer Relationship Management* di perusahaan Fabelio.com yang selanjutnya setelah mengetahui dan mendapatkan ilmu dasar menjadi *Customer Relationship Management Officer*, penulis bertujuan mengasah

keahlian dalam hal menganalisa data dan memberi masukan terhadap strategi yang harus diimplementasikan Fabelio.com dalam menjaga hubungan baik, kepuasan, dan kesetiaan pelanggan Fabelio.com didasari data yang telah dianalisa secara kritis sebelumnya. Penulis juga bertujuan dapat mengembangkan dan melatih etika kerja yang baik di dalam dunia kerja profesional setelah melakukan praktik kerja magang di Fabelio.com

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan kerja magang ditempuh dalam 60 hari kerja atau dalam tiga bulan sebagai bagian dari divisi *Customer Relationship Management*. Tugas utama yang dilakukan adalah membangun komunikasi dengan pelanggan dengan menanggapi kebutuhan maupun keluhan pelanggan. Tugas dalam bentuk distribusi komunikasi juga dilakukan dengan memberikan informasi kepada pelanggan mengenai promo terbaru ataupun mengenai status produk yang dipesan pelanggan. Periode kerja magang dimulai dari tanggal 1 Maret 2019 - 1 Juni 2019. Pada tanggal 1 Maret, penulis mengikuti masa percobaan terlebih dahulu selama seminggu sehingga mulai kerja efektif di tanggal 8 Maret 2019. Waktu bekerja sebagai *Customer Relationship Management Officer* dimulai dari jam 10.00 WIB – 18.00 WIB dari hari Senin sampai hari Jumat. Selama menempuh praktik kerja magang, penulis didampingi oleh pembimbing lapangan yaitu Winda Anoem selaku *Store Manager* Alam Sutera Fabelio.com *showroom*.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Mengisi form KM-01 sebagai syarat untuk mendapatkan formulir berikutnya dan syarat untuk pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang.
2. Setelah itu KM-02 diberikan kepada perusahaan tempat penulis diterima kerja magang yakni di PT. TIGA ELORA NUSANTARA.

3. Setelah KM-02 diberikan, penulis memperoleh kartu kerja magang (KM-03), formulir kehadiran kerja magang (KM-04), formulir laporan realisasi kerja magang (KM-05), formulir hasil penilaian praktik kerja magang (KM-06), formulir tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07).
4. Setelah selesai melakukan praktik kerja magang, penulis langsung memulai menyusun laporan kerja magang yang dibimbing oleh dosen pembimbing untuk nantinya dipresentasikan dalam sidang magang.