

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelanggan menjadi sumber pendapatan nomor satu setiap perusahaan. Dunia retail tidak menjadi pengecualian dari hal tersebut. Di era pandemi ini, banyak perusahaan yang tidak mampu melanjutkan bisnis atau usaha dikarenakan sedikit atau tidak adanya pelanggan. Kemampuan untuk mengetahui, mengenal, menjaga, dan melayani pelanggan dianggap sangat penting baik sebelum atau saat era pandemi. Ketika suatu perusahaan mengerti bagaimana cara terbaik untuk melayani pelanggan, hal tersebut memberikan dorongan nilai untuk memelihara hubungan dengan pelanggan. Pemeliharaan hubungan yang baik dengan konsumen menjadi salah satu faktor bagi pelanggan untuk kembali ke perusahaan tersebut.

Dalam hal ini, Toserba Yogya Plaza Bogor Indah memiliki divisi *Customer Relations*. Tujuannya adalah untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan terbaik, maka hubungan yang dijalin dengan pelanggan akan terpelihara lebih baik sehingga pelanggan bisa memiliki pilihan untuk kembali ke Toserba Yogya Cimanggu Bogor. *Customer Relationship Management (CRM)* adalah sebuah modifikasi dan pembelajaran perilaku konsumen setiap waktu dari setiap interaksi, perlakuan terhadap pelanggan dan membangun kekuatan antara konsumen dan perusahaan (Imasari, 2011:185).

Customer Relationship Management (CRM) sudah menjadi topik teknologi paling dinamis di milenium ini. Menurut Chen dan Popovich (2003), CRM bukanlah konsep baru; melainkan, karena perkembangan dan kemajuan dalam informasi dan teknologi perangkat lunak perusahaan, hal itu dianggap penting secara praktis. Akar dari CRM adalah pemasaran hubungan, yang memiliki tujuan untuk meningkatkan hubungan jangka panjang dan karenanya profitabilitas pelanggan dengan menjauh dari pemasaran yang berpusat pada produk (Debnath, Datta, & Mukhopadhyay, 2016)

Menurut survei terhadap hampir 1.000 CIO yang dilakukan oleh Gartner Executive Programs (EXP), dua dari tiga CIO menganggap upaya *Customer Relationships Management* pada tahun 2004 sebagai prioritas tinggi (Compton, 2004).

CRM adalah pendekatan strategis yang mengintegrasikan orang, bisnis, dan teknologi untuk memahami kebutuhan pelanggan agar lebih terpuaskan. Pelanggan adalah kunci penting untuk setiap bisnis dan perusahaan untuk membantu sebuah perusahaan tumbuh. Mengimplementasikan CRM adalah salah satu alat penting yang akan membantu manajer dan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ada beberapa manfaat yang akan mempengaruhi pelanggan setelah menerapkan CRM. Manfaat ini akan membantu pelanggan menjadi lebih senang dan tertarik menggunakan perusahaan yang menawarkan produk dan layanan mereka dari menggunakan fasilitas CRM. Ada delapan manfaat CRM yang penting dan bermanfaat bagi pelanggan seperti meningkatkan layanan pelanggan, meningkatkan layanan yang dipersonalisasi, responsif terhadap kebutuhan

pelanggan, segmentasi pelanggan, meningkatkan kustomisasi pemasaran, integrasi *multichannel*, menghemat waktu, dan meningkatkan pengetahuan pelanggan (Mohammadhossein and Zakaria, 2012).

Penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan kerja magang di Toserba Yogya dikarenakan stabilitas yang dimiliki oleh pihak Toserba Yogya di seluruh Indonesia. Dalam era pandemi ini, Toserba Yogya masih bisa bertahan dan beroperasi tanpa mengalami berbagai kendala yang bisa mengakibatkan pihak Toserba Yogya untuk memberhentikan operasional toko. Pihak Toserba Yogya melakukan semua protokol kesehatan yang diberikan oleh pemerintah dan selalu mematuhi peraturan operasional toko yang diberikan oleh pemerintah. Dengan mematuhi hal tersebut, penulis melihat Toserba Yogya memiliki kepedulian dengan kesehatan dan keselamatan pelanggan yang ingin berbelanja di Toserba Yogya. Hal tersebut membuat pelanggan melihat Toserba Yogya menjadi pilihan tempat berbelanja yang aman.

Selain hal tersebut, penulis juga memiliki ketertarikan untuk melakukan kerja magang di Toserba Yogya dikarenakan kemampuan pihak Toserba Yogya dalam memberikan pelayanan yang sangat baik kepada pelanggan sehingga pelanggan memilih untuk kembali berbelanja di Toserba Yogya. Toserba Yogya dikenal memiliki pelayanan yang cepat dan tanggap. Hal tersebut menjadi keunggulan untuk pihak Toserba Yogya. Dengan menyediakan berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh pelanggan juga menjadi bentuk pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Selain itu, Toserba Yogya selalu mengadakan acara harian,

mingguan, bulanan, dan tahunan yang ditujukan untuk selalu membarui ketertarikan pelanggan terhadap Toserba Yogya.

Penulis mengetahui bahwa Toserba Yogya juga termasuk salah satu perusahaan yang cepat dalam memberikan solusi kepada masalah yang pelanggan hadapi seputar Toserba Yogya. Hal tersebut dikarenakan pihak Toserba Yogya akan langsung mencari solusi dengan bantuan divisi yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Kemampuan pihak Toserba Yogya untuk bisa menemukan solusi terhadap masalah yang dihadapi menjadi daya tarik bagi pelanggan sehingga ketika menemukan masalah di Toserba Yogya, pelanggan tidak akan segan untuk berbicara kepada pihak yang bersangkutan yang nantinya akan memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melaksanakan kegiatan praktik magang adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui aktivitas *Customer Relationship Management* di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah.
2. Merasakan aktivitas *Customer Relationship Management* di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah.
3. Melakukan kerja sama dan komunikasi antara pelanggan dan perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk meraih tujuan-tujuan tersebut, maka penulis menjalani

Praktik Magang di:

Nama Perusahaan : Toserba Yogya Plaza Bogor Indah

Lokasi : Jl. Cimanggu Barata, RT.04/RW.09,
Kedungbadak, Kec. Tanah Sereal,
Kota Bogor

Periode : 1 Maret 2021 – 12 Mei 2021

Waktu kerja yang ditempuh yaitu 6 hari dalam satu minggu, dengan jam kerja selama tujuh jam dan tiga puluh menit setiap hari Senin sampai dengan Jumat dan delapan jam setiap hari Sabtu dan Minggu. Jam masuk kerja dibagi menjadi tiga *shift* yaitu pagi, tengah, dan siang. Untuk hari kerja Senin sampai Jumat, *shift* pagi dimulai pukul 10:00 sampai dengan 17:30, *shift* tengah dimulai pukul 11:00 sampai dengan 18:30, *shift* siang dimulai pukul 13:30 sampai dengan 21:00. Untuk hari kerja Sabtu dan Minggu, *shift* pagi dimulai pukul 10:00 sampai dengan 18:00, *shift* tengah dimulai pukul 11:00 sampai dengan 19:00, dan *shift* siang dimulai pukul 13:00 sampai dengan 21:00. Gedung dibuka pukul 08:00 dan tutup pukul 21:00. Gedung Toserba Yogya Cimanggu terdiri dari 3 lantai. Lantai pertama adalah *market*, tempat barang sehari-hari seperti ikan, daging ayam, peralatan mandi, susu, minyak goreng, makanan kaleng atau bungkus, dan lain-lain. Lantai dua adalah *fashion*

dewasa pria dan wanita, di lantai ini tersedia baju, celana, jaket dan pakaian dalam pria dan wanita. Lantai tiga adalah *fashion* anak-anak, di lantai ini tersedia baju, celana, dan pakaian dalam anak laki-laki dan perempuan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis harus memenuhi syarat yang telah ditetapkan oleh persyaratan akademik dalam Universitas Multimedia Nusantara. Persyaratan tersebut adalah terdaftar sebagai mahasiswa aktif dan telah menempuh 110 SKS dengan tidak ada nilai D dan E. Penulis telah memenuhi syarat-syarat akademik tersebut dan penulis mengambil mata kuliah Praktik Kerja Magang pada semester Empat Belas.

Sebelum penulis mengambil mata kuliah Praktik Kerja Magang pada saat jadwal pengisian Kartu Rencana Studi (KRS), penulis telah mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) ke berbagai perusahaan seperti Trans TV, Yogya Department Store, Tokopedia, dan GoJek. Setelah menunggu beberapa bulan, penulis mendapatkan panggilan wawancara dari Toserba Yogya Plaza Bogor Indah pada hari Selasa 23 Februari 2021 pukul 12:00. Penulis kemudian datang ke kantor Yogya Department Store yang berlokasi di Jl. Cimanggu Barata, RT.04/RW.09, Kedungbadak, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor. Penulis sampai di kantor 10 menit sebelum dimulainya

wawancara, kemudian penulis menunggu sampai pukul 12:00 untuk memasuki ruang *Human Resource Development* (HRD) dan bertemu dengan Kepala Bagian HRD Toserba Yogya Plaza Bogor Indah, Vilus Sinaga. Wawancara hanya berlangsung selama tiga puluh menit, yang ditanyakan adalah hal-hal seputar kesabaran menangani orang lain, kemampuan untuk bekerja dalam tekanan, dan memastikan durasi magang yang akan dilakukan di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah. Setelah wawancara selesai dilakukan, penulis langsung diberi kabar hari itu juga bahwa penulis diterima untuk melakukan praktik kerja magang di Toserba Yogya Plaza Bogor Indah.