

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini, banyak sekali bermunculan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), terutama di negara-negara berkembang, termasuk salah satunya adalah Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia sendiri telah mencapai 192.443 unit hingga juli 2012 kemarin (depkop.go.id) dan untuk wilayah Jawa Timur khususnya ada penambahan jumlah sebanyak 10% tahun ini (ukmindonesiasukses.com). UMKM sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan pedesaan, serta masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut.

UMKM masih berperan penting dalam menekan angka kemiskinan dan pengangguran (wartapedia.com), untuk itu pemberdayaan UMKM menjadi langkah riil kebijakan pemerintah dalam meningkatkan perekonomian dan menekan kemiskinan. Salah satu UMKM yang akan dibahas dalam laporan Kuliah Praktek Bisnis (KPB) ini adalah UMKM di daerah kayon. Sejak zaman penjajahan Belanda, mulai bermunculan pedagang kaki lima (PKL) yang menjajakan bunga sepanjang hari. Semakin hari, jumlah penjual bunga ini semakin banyak, dan akhirnya di tertibkan dan dialokasikan di jalan kayon oleh Pemerintah Kota (Pemkot). Kayoon

merupakan tempat dimana penjual bunga itu berkumpul dan melakukan transaksi hingga kini.

Kayoon pada era sebelumnya, bukan Kayoon yang dapat dilihat seperti sekarang ini, bangunan pasar yang terkotak-kotak rapi, merupakan inisiatif dari pedagang bunga itu sendiri. Mereka berinisiatif untuk membangun pasar, dan membentuk paguyuban pedagang bunga, yang kini beranggotakan delapan puluh toko bunga. Salah satunya adalah CV Sekar Sari Florist.

Awal mula berdirinya CV Sekar Sari Florist ini dapat dikatakan karena perjuangan untuk bertahan hidup dari sang pemilik, yaitu Bapak Bambang Supriadi. Beliau pernah memiliki jabatan yang cukup tinggi di PT Ultra Jaya, namun karena krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998, beliau memilih untuk memulai bisnis pribadi di bidang *florist* ini.

Dalam perjalanan usahanya, kiprah CV Sekar Sari Florist tidak melulu mulus, ada beberapa kendala dan masalah yang dialami oleh CV Sekar Sari Florist, diantaranya adalah masalah beralihnya pelanggan ke penyedia jasa merangkai bunga papan atau *florist* lainnya. Dari data pelanggan yang tersedia, terdaftar 1.123 pelanggan yang menggunakan jasa CV Sekar Sari Florist, namun sayangnya hanya terdapat 111 pelanggan loyal atau pelanggan yang sering bertransaksi dengan CV Sekar Sari Florist yang berarti hanya sebesar 9,8% dari keseluruhan pelanggan.

Dalam observasi yang berlangsung selama kurang lebih 100jam yang dilakukan oleh kelompok, dapat dilihat bahwa ada 10 bukti masalah yang terdapat dalam CV Sekar Sari Florist seperti yang dapat dilihat dalam Tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1 Masalah dan Bukti

No.	Masalah	Bukti
1	Tidak ada termin penagihan piutang	Jangka waktu pembayaran yang berbeda-beda
2	Tidak ada sistem <i>downpayment</i>	Pembayaran di belakang
3	<i>Website</i> tidak di <i>maintenance</i>	Tampilan <i>website</i> tidak berubah
4	Kas toko dengan kas pribadi belum terpisah	Uang kas toko diserahkan langsung kepada pemiliknya
5	Kurangnya <i>Quality Control</i>	Adanya <i>complain</i> dari pelanggan terhadap kesalahan ejaan nama.
6	Tidak adanya pemisahan tugas	Adanya peran ganda untuk satu orang pegawai
7	Kurangnya loyalitas karyawan	Karyawan sering datang terlambat, dan tiba-tiba tidak hadir.
8	Tidak adanya jalinan hubungan dengan pelanggan.	-Kosongnya file pembelian dari tiap pelanggan, sehingga tidak diketahui, siapa pelanggan paling loyal. -Tidak mengenal pembeli

Sumber: Hasil Observasi 2012

Dari delapan masalah tersebut, telah disepakati untuk fokus hanya pada satu masalah untuk dibahas lebih lanjut dan di berikan solusi, yaitu masalah tidak adanya jalinan hubungan dengan pelanggan. Tidak memiliki jalinan hubungan dengan pelanggan mungkin terdengar remeh, namun akan berakibat fatal pada tahun-tahun berikutnya. Pelanggan bisa jadi akan beralih ke *florist* lain, atau mungkin melupakan keberadaan CV Sekar Sari Florist karena tidak adanya jalinan hubungan dengan pelanggan.

Dalam Kuliah Praktik Bisnis (KPB) kali ini, mahasiswa akan turut membantu dalam pemecahan masalahnya. Yaitu menerapkan manajemen hubungan yang dalam bahasa inggris *Customer Relationship Management* (CRM), dimana diharapkan CV Sekar Sari Florist memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan, kemudian pelanggan menjadi semakin loyal, sehingga memungkinkan terjadinya pembelian kembali (*repeated buying*).

1.2 Pokok Bahasan

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkap pada paragraf sebelumnya maka pokok bahasan dalam Kuliah Praktik Bisnis (KPB) ini adalah menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) pada manajemen pemasaran CV Sekar Sari Florist.

1.3 Tujuan Kuliah Praktik Bisnis

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakannya Kuliah Praktik Bisnis (KPB) ini adalah dapat menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) pada manajemen pemasaran CV Sekar Sari Florist.

1.4 Manfaat Kuliah Praktik Bisnis

Manfaat yang ingin dicapai dari penulisan ini dibagi menjadi dua macam, yaitu :

1. Manfaat Akademis

Sebagai pengetahuan tambahan bagi pembaca agar mengerti apa itu *Customer Relationship Management* (CRM) dan bagaimana cara menerapkannya.

2. Manfaat praktis

- a. Sebagai salah satu masukan bagi para pemilik UMKM bagaimana menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) pada manajemen pemasaran.
- b. Dapat digunakan oleh para *marketing* dalam menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) agar memunculkan pelanggan yang loyal dan melakukan pembelian kembali (*repeated buying*).

1.5 Ruang Lingkup

Dalam Kuliah Praktik Bisnis (KPB) kali ini, dilihat kurangnya pengetahuan dan belum adanya penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam manajemen pemasaran CV Sekar Sari Florist sehingga muncul keinginan untuk memperbaiki dan menulis lebih lanjut tentang *Customer Relationship Management* (CRM) yang dibagi kedalam lima bab seperti di bawah ini:

BAB 1. Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang permasalahan, pokok bahasan masalah, tujuan, manfaat, dan ruang lingkup.

BAB 2. Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini diuraikan mengenai hasil dari artikel terdahulu yang relevan dengan penulisan sekarang, dan landasan teori.

BAB 3. Hasil Orientasi Kuliah Praktik Bisnis

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum tempat observasi, jadwal pelaksanaan, kegiatan, dan hasil atau temuan.

BAB 4. Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini diuraikan, analisa masalah dan pembahasan yang berhubungan dengan masalah.

BAB 5. Simpulan dan Saran

Dalam bab ini berisi tentang simpulan, keterbatasan serta saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan, dan juga keterbatasan pelaksanaan Kuliah Praktik Bisnis.