

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. World Wide Web

World Wide Web (WWW), suatu sistem yang memungkinkan para pemakai komputer untuk melihat dan berinteraksi dengan berbagai macam informasi, termasuk majalah-majalah, perpustakaan umum universitas, berita-berita dunia dan bisnis terbaru, serta program-program perangkat lunak. WWW dapat diakses oleh komputer yang dihubungkan dengan internet, jaringan-jaringan komputer yang saling berhubungan atau melalui internet publik.

Sumber informasi WWW dikelompokkan untuk mengizinkan pemakai berpindah dengan mudah dari sumber ke sumber lain. Pemakai umumnya menjelajahi WWW memakai suatu aplikasi yang dikenal dengan *web browser*. *Browser* menampilkan teks yang terformat, gambar-gambar, suara, atau objek-objek lainnya, seperti *hyperlink*, dalam bentuk halaman WWW di layar komputer.

Halaman WWW dibentuk dengan *Hypertext Mark Up Language* (HTML), dan informasi disebarkan ke setiap komputer dalam WWW memakai sekelompok aturan yang dikenal dengan *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP). Kemampuan lain dapat ditambahkan kedalam halaman *web* dengan program khusus, seperti Java, suatu bahasa pemrograman yang berjalan di semua sistem operasi, yang dibuat oleh Sun Microsystems. Java memungkinkan *browser web* memakai *applet* yang berjalan dalam konteks dokumen berbentuk HTML. Dengan *applet* dimungkinkan untuk menambahkan animasi dan membuat halaman *web* yang lebih interaktif.

World Wide Web dikembangkan tahun 1989 oleh ilmuwan Inggris yang bernama Timothy Berners-Lee untuk memungkinkan informasi disebarkan diantara kelompok-kelompok peneliti internasional di *European Laboratory for Particle Physics* (dulu dikenal dengan CERN) di dekat Geneva, Swiss. Pengembangan selanjutnya diarahkan oleh Konsorsium WWW yang berpusat di Institut Teknologi Massachusetts di Cambridge.

2.2. Aplikasi Generator

Aplikasi Generator adalah suatu aplikasi untuk membantu seorang programmer dalam membuat sebuah atau sebagian program dengan cepat berdasar spesifikasi yang diberikan. Programmer tidak menulis kode program tapi menggunakan aplikasi generator untuk menentukan menu, tampilan, format laporan, elemen data, pemrosesan logika. Aplikasi generator membuat program dengan cepat. Sekarang, programmer dapat dengan mudah merubah dan menjalankan program.

Keuntungan utama dalam menggunakan aplikasi generator adalah:

- a. Menghemat waktu pembuatan program
- b. Berguna sebagai sarana pembelajaran untuk penulisan program
- c. Program sangat mudah untuk di modifikasi dan diurus (Shefali Bansal, 2003)

2.3. Manajemen Hubungan Pelanggan

Pengertian lain mengatakan bahwa ia adalah sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas prapenjualan dan pasca penjualan dalam sebuah organisasi. CRM melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, termasuk di dalamnya adalah pusat panggilan

(*call center*), tenaga penjualan (*sales force*), pemasaran, dukungan teknis (*technical support*) dan layanan lapangan (*field service*).

Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan (*behavior*) pelanggan. CRM bertujuan untuk menyediakan umpan balik yang lebih efektif dan integrasi yang lebih baik dengan pengendalian *return on investment* (ROI) di area ini.

Otomasi Tenaga Penjualan (*Sales force automation/SFA*), yang mulai tersedia pada pertengahan tahun 80-an adalah komponen pertama dari CRM. SFA membantu para *sales representative* untuk mengatur *account* dan *track opportunities* mereka, mengatur daftar kontak yang mereka miliki, mengatur jadwal kerja mereka, memberikan layanan training online yang dapat menjadi solusi untuk training jarak jauh, serta membangun dan mengawasi alur penjualan mereka, dan juga membantu mengoptimalkan penyampaian informasi dengan news sharing. SFA, pusat panggilan (bahasa Inggris: *call center*) dan operasi lapangan otomatis ada dalam jalur yang sama dan masuk pasaran pada akhir tahun 90-an mulai bergabung dengan pasar menjadi CRM. Sama seperti ERP (bahasa Inggris: *Enterprise Resource Planning*), CRM adalah sistem yang sangat komprehensif dengan banyak sekali paket dan pilihan.

Merujuk kepada Glen Petersen, penulis buku "*ROI: Building the CRM Business Case*," sistem CRM yang paling sukses ditemukan dalam organisasi yang menyesuaikan model bisnisnya untuk profitabilitas, bukan hanya merancang ulang sistem informasinya.

CRM mencakup metode dan teknologi yang digunakan perusahaan untuk mengelola hubungan mereka dengan pelanggan. Informasi yang disimpan untuk setiap pelanggan dan calon pelanggan dianalisa dan digunakan untuk tujuan ini. Proses otomatisasi dalam CRM digunakan untuk menghasilkan personalisasi pemasaran otomatis berdasarkan informasi pelanggan yang tersimpan di dalam sistem.

Sebuah sistem CRM harus bisa menjalankan fungsi:

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor yang penting bagi pelanggan.
- b. Mengusung falsafah *customer-oriented* (*customer centric*)
- c. Mengadopsi pengukuran berdasarkan sudut pandang pelanggan
- d. Membangun proses ujung ke ujung dalam melayani pelanggan
- e. Menyediakan dukungan pelanggan yang sempurna
- f. Menangani keluhan/komplain pelanggan
- g. Mencatat dan mengikuti semua aspek dalam penjualan
- h. Membuat informasi holistik tentang informasi layanan dan penjualan dari pelanggan.

Customer Relationship Management adalah strategi tingkat korporasi, yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan. Beberapa paket perangkat lunak telah tersedia dengan pendekatan yang berbeda-beda terhadap CRM. Bagaimanapun, CRM bukanlah teknologi itu sendiri, tapi ini adalah pendekatan holistik terhadap falsafah organisasi, yang menekankan hubungan yang erat dengan pelanggan. CRM mengurus filosofi organisasi pada semua tingkatan, termasuk kebijakan dan proses, *customer service*, pelatihan pegawai, pemasaran, dan manajemen sistem dan informasi. Sistem CRM

mengintegrasikan pemasaran, penjualan, dan *customer service* dari ujung ke ujung.

Permasalahan Implementasi CRM adalah naiknya pendapatan, kepuasan konsumen, dan lebih sedikitnya biaya operasi adalah beberapa keuntungan dari teknologi pada sebuah perusahaan. Namun implementasi akan turun drastis jika salah satu dari aspek ini diabaikan:

a. Perencanaan

Langkah awal akan bisa dengan mudah gagal jika usaha untuk memilih dan meluncurkan perangkat lunak tidak maksimal.

b. Integrasi

Integrasi dengan kebutuhan konsumen akan memenuhi kebutuhan yang amat penting, yaitu peningkatan proses menyangkut klien/konsumen. Perusahaan yang memberi sedikit atau tidak ada integrasi sama sekali dengan konsumen, akan membuat kepuasan konsumen menurun secara drastis.

c. Pemecahan Masalah

Menyingkirkan metode pemecahan masalah yang dipusatkan pada satu pihak. Para ahli menyarankan perusahaan-perusahaan agar meningkatkan integrasi dengan konsumen. Metode pemecahan masalah yang bersifat sentralis harus dibuang demi berbagi informasi tentang pemasaran, penjualan, dan servis.