

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT. Multistrada Arah Sarana, Tbk (MASA) adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri pembuatan ban kendaraan bermotor roda empat atau lebih. Beberapa produk yang dihasilkan diantaranya Achilles, Corsa dan Strada. Ketiga produk tersebut untuk memenuhi pangsa pasar tiga jenis kendaraan, Achilles untuk memenuhi kendaraan sedan, Corsa untuk memenuhi kendaraan niaga atau minibus dan Strada untuk memenuhi kendaraan niaga yang memiliki bobot lebih berat.

Perusahaan memiliki cakupan area pemasaran 20% domestik dan 80% luar negeri, sehingga prioritas perusahaan adalah ekspor ke luar negeri. Pemasaran dan distribusi domestik dilakukan melalui distributor-distributor yang tersebar di kota-kota besar. Sedangkan, pemasaran dan distribusi luar negeri dilakukan melalui agen-agen yang tersebar di berbagai negara.

Kompetisi pasar internasional pada industri manufaktur ban kendaraan bermotor roda empat atau lebih, dikuasai oleh Bridgestone dengan pangsa pasar 18,2%, Michelin dengan pangsa pasar 17,7%, Goodyear dengan pangsa pasar 17,3%, Continental dengan pangsa pasar 6,3%, Pirelli dengan pangsa pasar 4,5%, Sumitomo dengan pangsa pasar 3,6% dan lainnya sekitar 32,4%. (*Sumber: Bridgestone, 2006*)

Strategi Michelin untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar melalui diferensiasi merek dan peningkatan investasi R&D (*Research and Development*). Michelin mengakuisisi Hankook bertujuan untuk meningkatkan R&D dan meningkatkan jaringan distribusi di Asia. Namun, Michelin menutup unit manufaktur di Port Harcourt Nigeria, karena unit tersebut tidak sesuai dengan strategi Michelin.

Strategi Bridgestone untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar melalui penempatan lokasi manufakturing yang memiliki biaya rendah dan pertumbuhan regionalnya tinggi. Bridgestone membangun lokasi produksi di Polandia untuk menghasilkan ban jenis radial yang bertujuan memenuhi kebutuhan benua Eropa.

Goodyear menjadi salah satu perusahaan utama dalam industri semenjak tahun 1916 sampai sekarang. Strategi Goodyear untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar melalui penguasaan rantai pasokan hulu dan hilir dalam industri. Penguasaan rantai pasokan hulu dan hilir melalui pendirian dan akuisisi perusahaan yang memiliki kompetensi dalam industri.

Sedangkan, strategi perusahaan berikutnya tidak jauh berbeda dengan ketiga perusahaan utama, yaitu meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kompetensi dan menjadikan perusahaan menguntungkan.

MASA bersama perusahaan lainnya menguasai 21,2% pangsa pasar internasional, sehingga pangsa pasar sebenarnya dari MASA dibandingkan dengan perusahaan utama adalah sangat kecil. Strategi MASA untuk meningkatkan pangsa pasar melalui menempatkan agen-agen perusahaan di negara-negara yang memiliki pertumbuhan pasar signifikan.

Agen adalah perusahaan perantara yang berfungsi memasarkan dan menentukan distribusi produk MASA di luar negeri. Keberhasilan agen dalam menjalankan tugasnya akan mempengaruhi operasi bisnis MASA.

Agen dan MASA membutuhkan kerja sama yang baik dalam mengelola pangsa pasar, karena pesaing MASA melakukan penempatan agen dan distributor pada negara yang sama, sehingga intensitas persaingan semakin tinggi. Kerja sama antar pihak tersebut dapat didukung oleh CRM (*Customer Relationship Management*) yang handal. Konsep CRM modern telah banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan dalam industri manufaktur ban, namun baru akan diterapkan oleh MASA. Konsep CRM modern berhubungan dengan penggunaan teknologi informasi. Aplikasi teknologi informasi dengan konsep CRM adalah *Data Mining* dan aplikasi turunan dari *Data Mining*.

1.2. Identifikasi Masalah

Intensitas persaingan yang semakin tinggi dalam industri mengakibatkan perubahan-perubahan pandangan lama kepada pandangan baru mengenai pengelolaan konsumen. Penentuan nilai dari kualitas dan harga tidak ditentukan oleh perusahaan, namun ditentukan oleh mayoritas konsumen.

CRM modern memberikan keunggulan daya saing yang baru, karena daya saing yang dimiliki oleh MASA saat ini yaitu memiliki sumber daya bahan mentah

lokal dengan penjualan ekspor, dapat diduplikasi oleh pesaing MASA. CRM modern memberikan daya saing baru dalam pengelolaan hubungan dengan konsumen dan hubungan berlangsung dengan baik ketika komunikasi terjadi dengan baik.

Pada saat ini, MASA telah memiliki CRM yang dikelola secara tradisional. Pengelolaan CRM tradisional tidak mampu bertahan, karena telah terjadi perubahan pandangan pengelolaan konsumen. Secara fungsional CRM modern mampu menangani kekurangan CRM tradisional.

MASA menghadapi masalah mengenai:

1. Mengenai perbedaan CRM modern dengan CRM tradisional dan bagaimana CRM modern bekerja.
2. Mengenai penerapan aplikasi CRM modern.
3. Bagaimana pengaruh penerapan CRM modern terhadap pengelolaan konsumen.

1.3. Tujuan Penulisan

CRM berbasis teknologi informasi menjadi solusi dari keterbatasan CRM tradisional, untuk melakukan pengelolaan konsumen pada tingkat intensitas persaingan yang tinggi. Maka tujuan penulisan berkaitan dengan identifikasi masalah, yaitu:

1. Menjelaskan penerapan dan kerja CRM modern.
2. Menjelaskan perancangan *database* yang dapat diterapkan.
3. Memberikan deskripsi mengenai pengaruh CRM modern pada pengelolaan konsumen, melalui sistem dinamik.

1.4. Batasan Penulisan

Batasan-batasan penulisan dalam pembahasan karya akhir adalah sebagai berikut:

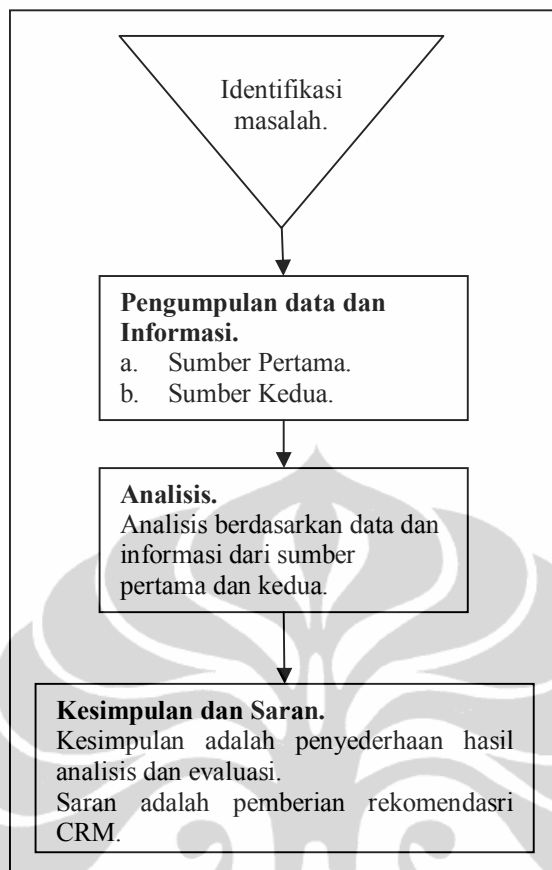
1. Penulisan dikonsentrasikan pada MASA (PT. Multistrada Arah Sarana, Tbk).
2. Penulisan membahas manajemen pengelolaan konsumen yang menggunakan Teknologi Informasi, yang meliputi analisis-analisis:
 - a. Analisis CRM

- b. Analisis Industri.
 - c. Mendesain *database* untuk aplikasi *data base* CRM.
3. Penulisan membahas hasil penerapan aplikasi CRM modern.

1.5. Metodologi Penulisan

Metode penulisan diadaptasi dari Cooper et al. (2003) sehingga metode penulisan dibagi menjadi tiga proses, yaitu:

1. Pengumpulan data.
Pengumpulan data dan informasi diklasifikasikan berdasarkan sumber data, yaitu:
 - a. Sumber pertama adalah data dan informasi yang bersumber dari perusahaan.
 - b. Sumber kedua adalah data dan informasi yang bersumber dari karangan ilmiah.
2. Analisis data.
Data dan informasi digunakan untuk analisis dan evaluasi CRM, sehingga hasil analisis dapat memberikan penjelasan permasalahan dan penyelesaian.
3. Kesimpulan dan saran.
Kesimpulan adalah penyederhanaan hasil analisis dan evaluasi. Dan saran adalah pemberian rekomendasi CRM.



Sumber: Cooper et al. (2003).

Gambar 1.1. Metodologi Penulisan Karya Akhir

1.6. Sistematika Penulisan

Pembahasan mengenai penerapan CRM pada PT. Multistrada Arah Sarana, Tbk akan ditulis dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan.

Bab satu berjudul pendahuluan bertujuan menjadi pengantar pada bab selanjutnya. Bab satu terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penulisan, batasan penulisan dan sistematika penulisan. Serta menguraikan subbab-subbab tersebut.

BAB II. Tinjauan Pustaka.

Bab dua berjudul tinjauan pustaka bertujuan memberikan penjelasan pustaka yang berhubungan dengan penerapan CRM. Bab dua terdiri dari analisis industri, peningkatan rantai nilai melalui teknologi informasi, sistem basis data, CRM (*Customer Relationship Management*) dan sistem dinamis.

BAB III. Profil dan Sejarah Perusahaan.

Bab tiga berjudul profil dan sejarah perusahaan bertujuan mendeskripsikan profil dan sejarah MASA sebagai perusahaan manufaktur ban kendaraan bermotor roda empat atau lebih. Bab tiga terdiri dari sejarah perusahaan, visi misi dan organisasi, produk dan kegiatan usaha.

BAB IV. Analisis dan Pembahasan.

Bab empat berjudul analisis dan pembahasan bertujuan memberikan penyelesaian permasalahan melalui analisis dan desain *database*. Bab empat terdiri dari analisis industri, desain *database* dan penerapan CRM.

BAB V. Kesimpulan dan Saran.

Bab lima berjudul kesimpulan dan saran bertujuan menyimpulkan dan memberikan rekomendasi yang didasarkan hasil analisis. Kesimpulan berfungsi untuk mengambil inti sari dari analisis, dan saran berfungsi memberikan rekomendasi perbaikan CRM perusahaan. Bab lima terdiri dari kesimpulan dan saran.