

Pengaruh CRM (*Customer Relationship Management*) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Sirup Sarang Sari Jakarta Pusat

Ismeth Emier Osman ✉

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan customer relationship management (CRM) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarang Sari Jakarta Pusat. CRM merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk menyukseskan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh metode CRM terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini digunakan karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu sejauhmana pengaruh metode CRM terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sirup Sarang Sari Jakarta Selatan. Kontribusi pengaruh antara variabel Customer Relationship Management (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,485 atau sebesar 48,5%. Angka tersebut menunjukkan bahwa 48,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel Customer Relationship Management sedangkan sisanya 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Metode CRM dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada PT Sirup Sarang Sari dengan hasil yang baik dan terukur.

Keywords : Manajemen Hubungan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the implementation of customer relationship management (CRM) to customer satisfaction at PT Sarang Sari Jakarta Pusat. CRM is a marketing strategy that can be used to make a company successful in facing competition. This study uses a quantitative approach to measure the effect of CRM methods on customer satisfaction. This research method is used because it is in accordance with the research objectives to be achieved, namely the extent of the influence of the CRM method on customer satisfaction at PT Sirup Sarang Sari, South Jakarta. The contribution of influence between Customer Relationship Management (X) variables to customer satisfaction (Y) of 0.485 or equal to 48.5%. This figure shows that 48.5% of customer satisfaction is influenced by Customer Relationship Management variables while the remaining 51.5% is influenced by other factors. CRM method can be used to determine customer satisfaction at PT Sirup Sarang Sari with good and measurable results.

Keywords: Customer Relationship Management , Customer satisfaction

Copyright (c) 2023 Ismeth Emier Osman

✉ Corresponding author :

Email Address : ismeth@stptrisakti.ac.id

PENDAHULUAN

Melihat kondisi sekarang ini di mana pesaing dalam dunia usaha semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan demikian pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik. Mendirikan suatu perusahaan bukanlah hal mudah, namun memelihara dan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan tersebut merupakan pekerjaan yang jauh lebih sulit. Masalah-masalah akan muncul baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Kepuasan pelanggan yang diberikan adalah merupakan tujuan terpenting bagi perusahaan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat pengalaman pelanggan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal diperlukan pendekatan kepada pelanggan untuk memastikan dan memberi pengalaman terbaik akan produk produk yang ditawarkan.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kepuasan pelanggan yang di dasarkan pada metode-metode pencapaian kepuasan pelanggan tersebut yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Masalah kepuasan pelanggan bukanlah hal sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu di dukung oleh kinerja, fasilitas yang memadai dan etika atau tata karma.

Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah memberi kepuasan kepada pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Seperti yang kita ketahui bisnis sirup saat ini sedang terus berkembang dengan pesat. Bisnis sirup adalah suatu bentuk usaha yang mengedepankan produk, yang dimana dengan tujuan melepaskan dahaga bagi para pelanggannya, tidak hanya itu sirup juga mengedepankan rasa- rasa dan komposisi untuk meningkatkan daya jual dan kepuasan dari para pelanggannya. Dengan demikian bagaimana para pebisnis bisa memastikan rasa yang di minati di kalangan pelanggan dan kepuasan para pelanggan tersebut.

PT Sirup Sarang Sari adalah sebuah perusahaan yang mengembangkan berbagai rasa sirup yang menggunakan hampir 100% gula murni di dalamnya, PT Sirup Sarang Sari sudah di kembangkan sejak lama, walaupun kondisinya saat ini PT Sirup Sarang Sari bisa dikatakan kalah bersaing dengan produk produk lainnya. Berikut adalah data penjualan PT Sirup Sarang Sari lima tahun terakhir:

Tabel 1. Data Penjualan

Tahun	Penjualan Perbotol
2012	19.756
2013	17.426
2014	18.563
2015	15.225
2016	13.324

Sumber: PT Sirup Sarang Sari (2017)

Mengingat PT Sirup Sarang Sari adalah perusahaan sirup maka akan ada banyak hal berbeda dalam memberi dan melakukan sebuah treatment khusus dalam

proses penjualan. Seperti halnya metode CRM (Customer Relationship Management), Menurut Kotler dan Keller (2008) CRM adalah proses mengelola informasi rinci tentang pelanggan perorangan dan semua “titik kontak” pelanggan secara seksama untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan diberikan judul “Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) terhadap kepuasan pelanggan di PT Sirup Sarang Sari Jakarta Pusat”.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berkarakter probablistik menggunakan analisis regresi linier sederhana. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah regresi linier sederhana dengan serangkaian uji instrumen dan uji asumsi klasik. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Variabel bebas (X) adalah customer relation management; (2) Variabel terikatnya (Y) adalah kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Metode penelitian menggunakan analisis regresi berganda.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan PT. Sirup Sarang Sari Jakarta Selatan yang berjumlah 213 pelanggan yang terdiri dari perusahaan distributor maupun perusahaan penkonsumsi. Dalam penelitian ini Peneliti mempersempit populasi yaitu sebanyak 213 pelanggan Jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 213 pelanggan, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 70 Pelanggan atau sekitar 12% dari seluruh total pelanggan PT. Sirup Sarang Sari, hal dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
Pria	44	59%
Wanita	26	41%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat kita ketahui bahwa total responden adalah sebanyak 70 orang dengan jumlah responden wanita sebanyak 26 orang (41%) dan responden pria sebanyak 44 orang (59%). Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pria lebih banyak dari pada responden wanita.

Tabel 2. Usia

Usia	Frekuensi	Presentasi
20-30 tahun	21	30%
31-40 tahun	38	54,3%

>41 tahun	11	15,7%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat kita ketahui bahwa total responden adalah sebanyak 70 orang dengan jumlah responden pada usia 20-30 tahun sebanyak 21 orang (30%), pada usia 31-40 tahun sebanyak 38 orang (54,3%) dan pada usia >41 tahun sebanyak 11 orang (15,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pembeli di PT Sirup Sarang Sari paling banyak pada usia 31-40 tahun sebanyak 54,3%.

Tabel 3. Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
Wiraswasta	41	58,6%
Pedagang	17	24,3%
Pengusaha	12	17,1%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat kita ketahui bahwa total responden adalah sebanyak 70 orang dengan jumlah responden pada pekerjaan wiraswasta sebanyak 41 orang (58,6%), pada pekerjaan pedagang sebanyak 17 orang (24,3%) dan pada pekerjaan responden pengusaha sebanyak 12 orang (17,1%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pembeli di PT Sirup Sarang Sari paling banyak pada pekerjaan responden wiraswasta sebanyak 58,6%.

Tabel 4. Uji Validitas *Customer Relationship Management* (X)

Variabel	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	0,738	0,235	Valid
X2	0,720	0,235	Valid
X3	0,653	0,235	Valid
X4	0,666	0,235	Valid
X5	0,373	0,235	Valid
X6	0,491	0,235	Valid
X7	0,640	0,235	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian validitas butir pernyataan variabel X yaitu *customer relationship management* menunjukkan bahwa semua butir pernyataan lebih besar dari yaitu 0.235. Hal tersebut menunjukkan semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 5. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	0,457	0,235	Valid
X2	0,689	0,235	Valid
X3	0,576	0,235	Valid
X4	0,698	0,235	Valid
X5	0,559	0,235	Valid

X6	0,560	0,235	Valid
X7	0,461	0,235	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian validitas butir pernyataan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa semua butir pernyataan lebih besar dari yaitu 0,235. Hal tersebut menunjukkan semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpa	Keterangan
CRM (X)	0,850	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,828	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian realibilitas butir pernyataan Antara variabel X yaitu CRM dan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa hasilnya lebih besar dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.014	.261			7.720	.000
CR	.546	.068	.696		8.002	.000

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan pelanggan karena *Customer Relationship Management* yang diterapkan PT Sirup Sarang Sari sebagian besar telah dinyatakan baik oleh sebagian anggota melalui kuesioner, tapi ada item yang perlu diperhatikan oleh pihak PT Sirup Sarang Sari, yaitu tentang proses penanganan keluhan pelanggan yang terlalu lama karena harus melalui proses, sehingga pelanggan agak kurang puas dalam hal ini, untuk penggunaan teknologi berbasis CRM perlu penanganan khusus dalam hal infrastruktur yang mengakibatkan proses pelayanan sering terhambat.

SIMPULAN

Customer Relationship Management (CRM) merupakan hal yang penting bagi pihak PT Sirup Sarang Sari untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan supaya tercapai kepuasan pelanggan, maka untuk mendapatkan keuntungan dari kedua pihak yaitu pihak PT Sirup Sarang Sari perlu lebih mengoptimalkan hubungan secara efisien, karena *Customer Relationship Management* (CRM) pada intinya merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang mampu

menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak (*win-win situation*).

Selain itu *Customer Relationship Management* (CRM) dapat menambahkan nilai pada konsumen sebagai imbalannya pemakaian produk atau jasa yang dilakukan konsumen dan setelah konsumen puas maka mereka akan loyal juga. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, misalnya faktor *transaction, relationship, partnership* dan *ownership*. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

Referensi :

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management*. Jakarta: Bayumedia
- Buttle, F. (2009). *Customer Relationship Management*. Jakarta: Bayumedia.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gaffar. (2007). *Customer Relationship Management And Marketing Public Relation*. Bandung: CV. alfabeta.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Husein, U. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler and Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gray Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.