

## ABSTRAKSI

Seiring dengan proses globalisasi, terdapat pula perubahan perilaku konsumen dalam memilih produk. Jika dahulu konsumen hanya bisa membeli produk merk tertentu karena satu produk tersebut di pasaran maka saat ini konsumen dapat membeli sepuluh produk yang sama kualitasnya bahkan lebih baik daripada produk sebelumnya. Kenyataan ini cukup membuat perusahaan-perusahaan yang sudah ada kebingungan untuk mempertahankan usahanya agar tetap eksis. Badan usaha tidak lagi hanya dapat mengandalkan produknya saja akan tetapi harus dapat membuat dirinya menjadi salah satu yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Berbagai konsep ditawarkan, salah satunya adalah *customer relationship management*, yang mana mengajarkan strategi pemasaran dimana konsumen adalah pusat bisnis.

*Customer Relationship Management* adalah sebuah strategi bisnis yang berawal dari pemikiran yang sederhana bahwa setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda sehingga perusahaan dapat mengerti bagaimana cara untuk memperlakukan setiap konsumennya. Dengan kata lain, cara yang berhasil diterapkan di suatu konsumen yang belum tentu berhasil pada konsumen yang lain. Untuk mengetahui bagaimana memperlakukan konsumen maka dibutuhkan dukungan dari suatu sistem informasi. Sistem informasi *customer relationship management* yang baik adalah sistem informasi yang dapat mendukung terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumennya.

Perusahaan percaya dengan menjaga kepuasan konsumen adalah bagai menuai benih yang sehat yang nantinya akan menuai laba pada saatnya. Laba dapat diperoleh dari berbagai cara diantaranya dari harga premium yang bersedia dibayar konsumen tersebut, jumlah dan jenis produk yang dibeli semakin banyak, adanya penghematan biaya operasional, dan adanya pemasaran yang efektif karena konsumen yang puas dapat mempromosikan produk atau perusahaan ini kepada teman, sanak saudara, dan koleganya.

UD."X" adalah salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di industri kerupuk dan makanan ringan. Pemilik sadar bahwa saat ini telah terjadi pergeseran sistem pemasaran, maka pemilik ingin mengembangkan badan usahanya dengan menggunakan sistem informasi *customer relationship management* guna meningkatkan *profit* badan usaha.