

**ABSTRAK**  
**PENENTUAN DAERAH PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN**  
**PRODUK**  
**BERDASARKAN KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN**  
**PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**  
**DI CV MABASA**

Oleh:

**ALDI RACHMAN PUTRA**

**10113470**

Perusahaan CV Mabasa Seleraku adalah perusahaan yang bergerak dibidang makanan ringan camilan terutama macaroni kering dalam kemasan. Saat ini Mabasa memiliki 2 rumah produksi yang berlokasi di Bandung dan Ciamis. Mabasa Memiliki system penjualan yang dinamakan *franchise* (waralaba). Berdasarkan wawancara dengan Pemilik Utama dari CV Mabasa, Bapak Asep Nugraha, beliau mengatakan bahwa perusahaan kesulitan dalam menentukan daerah pemasaran yang tepat. Dan juga permasalahan lainnya adalah pada aspek pengembangan produk. Berdasarkan data penjualan yang digunakan (Bulan Januari 2017 – Juni 2017), terdapat penurunan pada penjualan Mabasa.

Berdasarkan masalah yang terjadi pada perusahaan Mabasa, maka dibutuhkan sebuah Sistem Informasi yang dapat merekomendasikan wilayah atau daerah pemasaran dengan peluang paling tinggi, dan sebuah Sistem Informasi yang dapat menghimpun pendapat, kritik, dan saran untuk pengembangan produk dari pihak luar Mabasa, yang disebut juga Agent.

Sedangkan alat yang digunakan untuk merekomendasikan daerah pemasaran, adalah segmentasi pasar dan market targeting. Untuk pengembangan produk, akan digunakan kuesioner secara online, untuk menghimpun seluruh aspirasi dari agent Mabasa.

Berdasarkan hasil pengujian, UAT (*User Acceptance Test*) dan pengujian pengguna akhir penelitian ini dapat disimpulkan bahwa system ini dapat membantu pihak perusahaan Mabasa untuk mengatasi masalah penentuan daerah pemasaran dan pengembangan produk.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management*, Daerah Pemasaran, Pengembangan Produk, Kuesioner, dan Kepuasan Pelanggan.