

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Salah satu strategi yang dilakukan oleh banyak perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya yaitu dengan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*. *Customer Relationship Management (CRM)* adalah proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan. Menurut Abdurrahim di kutip dalam Erika Nurmatiani *Customer Relationship Management (CRM)* Strategi bisnis yang memadukan proses, manusia, dan teknologi. Membantu menarik prospek penjualan, mengkonversi mereka menjadi pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, pelanggan yang puas dan loyal.<sup>2</sup> Penerapan Program *Customer Relationship Management (CRM)* diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan pembeli dan penjual, namun lebih mengarah kepada suatu hubungan mitra. Perusahaan lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpaling kepada pesaing.

Dalam hal ini, Perusahaan Rokok Dua Dewi merupakan salah satu Perusahaan Rokok kretek yang menerapkan Strategi *Customer Relationship*

---

<sup>2</sup> Erika Nurmatiani. "*Customer Relationship Management Teori & Praktik*". Literasi Insan Cita. Serang (2024). Hal - 18

*Management (CRM)* dalam mempertahankan pelanggan. Perusahaan ini berlokasi di Tulungagung dan berdiri sejak Tahun 2004 serta memiliki tiga cabang pabrik, yaitu di Besuki, Ngantru, dan Kediri, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini telah berkembang dan memiliki jaringan produksi yang cukup luas. Pabrik Rokok Dua Dewi telah lama dikenal sebagai pemain utama dalam industri rokok di kabupaten Tulungagung dengan kapasitas produksi yang besar, pabrik ini mampu memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Pabrik ini telah menjadi pilar industri rokok lokal dan turut berperan dalam memperkuat posisi kabupaten Tulungagung sebagai pusat produksi rokok di Jawa Timur.<sup>3</sup>

Pabrik Rokok Dua Dewi merupakan salah satu perusahaan yang berkembang dengan menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*. Perusahaan ini menggunakan strategi tersebut dalam menghadapi persaingan bisnis yang cukup ketat serta lebih mengedapankan pelanggan daripada keuntungan semata. Berbagai penelitian dan teori *Customer Relationship Management (CRM)* menegaskan bahwa penerapan CRM yang efektif tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga berperan penting dalam membangun hubungan dan kepercayaan dengan pelanggan baru. CRM yang dijalankan secara konsisten, komunikatif, dan responsif diyakini mampu meningkatkan loyalitas serta memperluas basis pelanggan Perusahaan.

---

<sup>3</sup>Reportaseindonesia. Net. "Pabrik Rokok Dua Dewi Pilar Industri Rokok di Kabupaten Tulungagung." 19 – Mei – 2025. <https://reportaseindonesia.net/pabrik-rokok-dua-dewi-pilar-industri-rokok-di-kabupaten-tulungagung/650/jawa-timur/> (Di akses 27 – November – 2025)

Upaya Pabrik Rokok Dua Dewi dalam membangun dan mempertahankan pelanggan melalui CRM telah terbukti secara empiris. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian dengan pihak internal dan eksternal perusahaan, diketahui bahwa strategi utama yang diterapkan ialah kunjungan rutin (*Call*) yang disertai komunikasi yang efektif. Pihak toko Retail sebagai pelanggan pabrik rokok dua dewi mengapresiasi pelayanan ini, menilai bahwa sales dua dewi sudah baik, kunjungan rutin dinilai mampu menjaga komunikasi dan memperkuat relasi, serta sales juga cepat dalam merespon keluhan seperti kualitas produk atau keterlambatan pasokan.<sup>4</sup>

Namun demikian, implementasi *Customer Relationship Management* di Pabrik Rokok Dua Dewi dihadapkan tantangan yang signifikan. Tantangan utama yang dihadapi perusahaan ialah ketika perluasan wilayah pemasaran dan upaya untuk berinteraksi dengan toko retail baru, dimana sales sering kali menghadapi resistensi berupa penolakan atau sikap kurang kooperatif dari pemilik toko. Selain itu perusahaan menerapkan sistem pembagian stok secara merata kepada semua toko retail, meskipun beberapa toko memiliki tingkat permintaan yang lebih tinggi. Kebijakan ini terkadang menimbulkan keluhan dari pelanggan karena ketersediaan stok tidak selalu sesuai dengan kebutuhan penjualan harian.

Di sisi lain, hasil pra penelitian juga menunjukkan bahwa Pabrik Rokok Dua Dewi tidak menerapkan sistem reward atau program loyalitas

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Supervisor Sales pada tanggal 30 September 2025

bagi pelanggan. Kondisi ini disebabkan oleh keterbatasan kapasitas produksi, dimana produk yang dihasilkan setiap hari selalu habis terjual meskipun tanpa adanya program penghargaan. Hubungan dengan pelanggan lebih banyak dibangun melalui pendekatan komunikasi personal dan pelayanan langsung, tanpa dukungan sistem penghargaan formal sebagaimana yang banyak dianjurkan dalam konsep CRM. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan nyata antara efektivitas strategi CRM dalam mempertahankan pelanggan dengan kesulitan dalam membangun kepercayaan disegmen pasar yang baru.<sup>5</sup>

Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan komponen yang penting bagi Pabrik Rokok Dua Dewi, khususnya pada divisi pemasaran, karena pelanggan merupakan aset strategis bagi perusahaan. Tanpa upaya yang sistematis dalam menjaga loyalitas pelanggan serta membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan, kegiatan pemasaran tidak dapat berjalan secara optimal. Kondisi tersebut berpotensi menghambat kinerja perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis dan memenangkan persaingan pasar yang semakin kompetitif.<sup>6</sup>

Selain menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui implementasi *Customer Relationship Management* (CRM), perusahaan juga perlu memahami kondisi industri tempat perusahaan tersebut beroperasi.

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Supervisor Sales pada tanggal 30 September 2025

<sup>6</sup>Ummi Yuhaina. "Implementasi *Customer Relationship Management* dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam." Skripsi (2023). Hal - 3

Pemahaman terhadap perkembangan industri menjadi penting karena tingginya tingkat persaingan dapat memengaruhi strategi perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha. Industri hasil tembakau di Jawa Timur, termasuk Kabupaten Tulungagung, memiliki peran penting dalam perekonomian daerah. Menurut data kementerian Perindustrian (Kemenperin) Jawa Timur merupakan provinsi dengan jumlah Industri Hasil Tembakau terbanyak, sekaligus jumlah penerimaan negara dari sektor cukai terbanyak di Indonesia. Berdasarkan data dari Sistem Informasi Industri Nasional (SIINas) Kementerian perindustrian (Kemenperin), IHT di Jawa Timur hingga akhir 2024 berjumlah 1.352 unit industri. Banyaknya IHT di Jawa Timur dapat berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan produksi hasil tembakau.<sup>7</sup>

Tulungagung sendiri memiliki beberapa usaha rokok lokal yang juga dijelaskan oleh Kantor Bea Cukai Blitar yang juga membawahi Kabupaten Tulungagung, mencatat sekitar 84 pabrik rokok yang beroperasi di wilayah kerjanya dengan pendapatan cukai tembakau mencapai Rp. 365 Miliar. Lebih dimana penerimaan terbesar adalah cukai dari sejumlah pabrik rokok besar di kabupaten Tulungagung.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Bea Cukai. "Bea Cukai Berikan Izin Berusaha pada Industri Hasil Tembakau di Jawa Timur". 26 – Februari – 2025 <https://www.beacukai.go.id/berita/bea-cukai-berikan-izin-berusaha-pada-industri-hasil-tembakau-di-jawa-timur.html> (Diakses pada tanggal 21 November 2025)

<sup>8</sup> David Yohanes "Perusahaan Rokok di Tulungagung Berkontribusi Besar pada Penerimaan Cukai Hasil tembakau". Tribun Jatim. 23 – Juli – 2024 <https://jatim.tribunnews.com/2024/07/23/perusahaan-rokok-di-tulungagung-berkontribusi-besar-pada-penerimaan-cukai-hasil-tembakau> (Diakses pada tanggal 21 November 2025)

**Tabel 1.1 Daftar Pabrik Rokok Terbesar di Tulungagung.**

| <b>Nama Perusahaan</b>        | <b>Alamat</b>                                                                                                                                                                                                | <b>Pemilik</b>       |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| PR Margantara Jaya            | Dsn. Gesikan RT.05 RW.05 Ds. Gesikan Kec. Pakel                                                                                                                                                              | Kasiran              |
| PR Cahaya Tiga Saudara Sejati | Dsn. Kedungdowo RT.02 RW.02 Ds. Gesikan Kec. Pakel                                                                                                                                                           | Musdi                |
| PR Dua Dewi                   | Dsn Tempel, RT/RW. 04/03. Ds Tanggulkundung Kec Besuki Kec Tulungagung.<br>Dsn. Cari RT/RW 03/01 Ds. Banjarsari Kec Ngantru, Kab Tulungagung.<br>Jl. Kantil, RT/RW 21/04, Ngampel, Kec. Mojoroto, Kab Kediri | Miftaakhul Mungaffif |
| PR Alaina                     | Dsn. Ngantru RT.02 RW.03 Ds. Ngantru Kec. Ngantru                                                                                                                                                            | Amu Sugito           |

*Sumber: Tribun Jatim, 2024*

Selain itu, Jawa Timur merupakan provinsi dengan prelevansi merokok yang tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Gambar 1.2 melaporkan persentase merokok menurut Provinsi dan Data Nasional Tren prevalensi merokok pada penduduk usia 15 tahun keatas di Indonesia cenderung stabil di tingkat yang tinggi dengan rata – rata persentase penduduk usia 15 tahun keatas di jawa timur dari tahun 2021 – 2025 mencapai 28,54% Hampir mendekati rata – rata Nasional yaitu dari tahun 2021 – 2025 sebesar 28,7%.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Badan Pusat Statistik.”Data prevalensi merokok dan statistik BPS tabel persentase per provinsi”, 2 – Desember 2025 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Merokok Tembakau selama Sebulan Terakhir Menurut Provinsi - Tabel Statistik - Badan Pusat Statistik Indonesia (Diakses pada tanggal 11 April 2026)

**Grafik 1.1 Persentase penduduk berumur 15 Tahun keatas yang merokok Tembakau di Jawa Timur dan Nasional Tahun 2021 – 2025**



*Sumber: (BPS, 2025. Diolah Kembali)*

Tingginya Jumlah Perokok di wilayah Jawa Timur memperlihatkan bahwa pasar rokok lokal tetap besar dan kompetitif. Selain itu, industri hasil tembakau (IHT) juga memiliki peran strategis sebagai penyumbang utama pendapatan negara melalui Cukai Hasil Tembakau (CHT). Realisasi penerimaan Kepabeanan dan Cukai mencapai 249,3 Triliun ditahun ini dimana CHT merupakan komponen utamanya dengan angka produksi rokok pada tahun ini mencapai 258,4 miliar batang.<sup>10</sup> Persaingan dalam industri tembakau khususnya rokok dapat terlihat dari banyaknya jenis dan

<sup>10</sup> Aurora K. M. Simanjuntak “Setoran Bea dan Cukai Hingga Oktober Tembus Rp/ 249 Triliun, Tumbuh 7,6%”. DDTC News (20 -November - 2025) Setoran Bea dan Cukai hingga Oktober Tembus Rp249 Triliun, Tumbuh 7,6% (Diakses pada tanggal 22 November 2025)

berbagai macam produk rokok yang ditawarkan produsen rokok serta regulasi yang semakin ketat.<sup>11</sup>

Hal ini memperkuat pentingnya bagi produsen rokok lokal untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan memperkuat posisi pasar. Khususnya Penerapan Strategi *Customer Relationship Management (CRM)* yang berfokus dalam mempertahankan pelanggan, agar pelanggan tidak beralih ke produk pesaing. Seperti yang diungkapkan oleh Graffin menunjukkan bahwa 80% pendapatan yang didapatkan berasal dari 20% konsumen yang bertahan, artinya membangun relasi yang baik dengan pelanggan akan jauh lebih bermakna daripada hanya menjual produk – produk yang berkualitas karena persaingan yang ada<sup>12</sup>.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sirait, et.al. menunjukkan hasil penerapan yaitu Metode *Customer Realtionship Management (CRM)* menggunakan Bahasa Pemograman PHM dan *database MySql*, Penerapan Aplikasi dan Pemanfatan *Customer Realtionship Management (CRM)* dapat mempermudah Toko Eka Putri dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan juga dapat menjaga pelanggan dan menarik pelanggan baru.<sup>13</sup> Selain itu ada juga penelitian yang

---

<sup>11</sup> Ismatud Diyana, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan terhadap Laba bersih Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2015 – 2023”. Skripsi (2024). Hal 2

<sup>12</sup> Eva Soraya, dkk, “Implementasi CRM (Customer Relationship Management) Di perpustakaan daerah medan.” Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Vol 11. No 1. (2023) Hal - 24

<sup>13</sup> Putri Nabilah Yusri Sirait, et. al “Penerapan CRM untuk memberikan Pelayanan Terbaik pada toko eka putri sidomukti” *Journal of Computer Science and Technology* Vol 1, No 2 (2023)

dilakukan oleh Amanda, et.al. Hasil penelitiannya menunjukkan Strategi *Customer Relationship Management (CRM)* untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu dengan mengenal dan memahami pelanggan yang setia, dengan mengidentifikasi pelanggan serta mendengarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan mengetahui dan memenuhi kebutuhan pelanggan dapat memberikan pengalaman yang berbeda bagi pelanggan, sehingga hal ini dapat mempertahankan loyalitas pelanggan bagi kedua UMKM.<sup>14</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* terbukti membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Penelitian terdahulu umumnya mengkaji penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada sektor toko retail dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menekankan kemudahan pelayanan, pengelolaan data penjualan, serta upaya peningkatan loyalitas pelanggan yang datang langsung ke tempat usaha. Dalam konteks tersebut, interaksi antara perusahaan dan pelanggan bersifat pasif, di mana pelanggan berperan sebagai pihak yang mendatangi penjual.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki unsur kebaruan karena mengkaji implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada industri manufaktur rokok, khususnya Pabrik

---

<sup>14</sup>Mella Amanda, et.al. Dengan judul “Analisis Strategi Customer Relationship Management untuk mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Kasus: Singah selalu & Rumah Kue alifa)” Bangkit Indonesia, Vol. XI, No. 01 (2022)

Rokok Dua Dewi. Pada konteks ini, hubungan dengan pelanggan dibangun melalui sistem pemasaran aktif, di mana perusahaan mendatangi pelanggan secara langsung melalui peran tenaga sales atau dikenal dengan pendekatan jemput bola. Karakteristik operasional ini menunjukkan bahwa penerapan *Customer Relationship Management* CRM tidak hanya berfokus pada pelayanan di tempat usaha, tetapi lebih menekankan pada pengelolaan hubungan melalui kunjungan rutin, komunikasi personal, serta pengaturan distribusi produk dalam skala yang lebih besar dan kompleks.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai penerapan *Customer Relationship Management* CRM pada usaha manufaktur yang bergantung pada aktivitas sales lapangan, serta bagaimana strategi *Customer Relationship Management* CRM digunakan untuk mempertahankan pelanggan dalam sistem distribusi yang berbeda dari pola pemasaran UMKM dan toko retail. Berdasarkan Latar Belakang diatas, Penelitian ini berfokus pada **Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan Pelanggan pad Pabrik Rokok Dua Dewi 2 Ngantru.**

## **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Bedasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan Pelanggan pada Pabrik Rokok Dua Dewi Ngantru?

2. Apa Saja faktor pendukung dan penghambat dalam Mengimplementasikan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan Pelanggan pada Pabrik Rokok Dua Dewi Ngantru?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, Maka peneliti menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* yang dilakukan Pabrik Rokok Dua Dewi Ngantru dalam Mempertahankan Pelanggan
2. Untuk Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam mengimplementasikan *Customer Relationship Management (CRM)* pada Pabrik Rokok Dua Dewi Ngantru dalam Mempertahankan Pelanggan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, temuan penelitian ini akan berkontribusi pada penemuan baru dalam bidang *Customer Relationship Manajemen (CRM)* dan juga dapat dijadikan referensi ataupun acuan dalam melakukan penelitian suatu masalah yang serupa.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan penelitian mengenai Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam mempertahankan pelanggan dan dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam hal melakukan peneliti ilmiah.

### b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan dan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan Pelanggan.

### c. Bagi Instansi

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi informasi, motivasi atau masukan bagi Perusahaan Rokok Dua Dewi 2 Ngantru yang selanjutnya digunakan sebagai pertimbangan mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

## E. Batasan Penelitian

Mengingat luasnya pembahasan mengenai Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan pelanggan maka perlu diadakan pembatasan masalah. Dengan adanya batasan masalah diharapkan pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu meluas dan melebar. Adapun batasan penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan

hanya pada Pabrik Rokok Dua Dewi Ngantru dengan cakupan pelanggan yang terdiri dari toko retail sebagai pihak mitra yang menjadi penyalur dan pembeli produk Pabrik Rokok Dua Dewi

## **F. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konspetual**

#### **a. Implementasi**

Implementasi merupakan suatu kegiatan yang memberikan dampak positif suatu perencanaan yang sudah dirancang dan berfokus pada sebuah tindakan nyata dari sebuah perencanaan agar tercapainya suatu tujuan tertentu melalui program yang sudah direncanakan sebelumnya.

#### **b. *Customer Relationship Management (CRM)***

*Customer Relationship Management (CRM)* merupakan strategi pelayanan terhadap pelanggan, yang diwujudkan dalam sesuatu tindakan atau serangkaian tindakan yang dilakukan oleh penyedia jasa layanan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.<sup>15</sup> Tujuan dari CRM adalah memaksimalkan komunikasi dan pemasaran serta mempelajari sebanyak – banyaknya kebutuhan dan perilaku pelanggan untuk kemudian memberikan pelayanan yang optimal dan menjaga hubungan yang sudah ada.

---

<sup>15</sup> Benny Osta Nababan, et.al, *Manajemen Pelayanan Publik dan Bisnis*, (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2023), hal. 10

c. Pelanggan

Pelanggan adalah individu atau organisasi yang membeli atau menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.<sup>16</sup>

d. Perusahaan Pabrik Rokok

Perusahaan pabrik rokok adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang produksi rokok, yang menggunakan bahan baku utama berupa tembakau dan cengkeh

## G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian di susun dengan menggunakan uraian uraian sistematis untuk memudahkan pengkajian dan pemahaman terhadap masalah yang ada. Berikut sistematika dalam penulisan proposal skripsi:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB ini memaparkan tentang penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta penegasan istilah.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada BAB ini memaparkan tentang kumpulan kajian pustaka yang akan dijadikan alat analisa dalam membahas objek penelitian. Selain itu, dalam bab ini juga membahas penelitian terdahulu sebagai pembanding penelitian yang sedang dilakukan.

---

<sup>16</sup> Muhammad Hery Santoso, et.al "Customer Relationship Management (Pengelolaan Hubungan Pelanggan) Pendekatan teknis dan praktis." PT. Adab Indonesia. Indramayu (2025) hal - 6

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada BAB ini memaparkan tentang kumpulan kajian pustaka yang secara maksimal, yang memuat jenis penilaian, sampling teknik analisis data, sumber data dan variabel dalam penelitian, objek penelitian, metode pengumpulan data, serta metode penelitian yang digunakan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada BAB ini memaparkan mengenai pembahasan penelitian. Peneliti memaparkan hasil penelitian yang dibahas tentang deskripsi obyek penelitian dan temuan hasil penelitian

### **BAB V PEMBAHASAN**

Pada BAB ini memaparkan hasil pembasahan penelitian yang diteliti nantinya dengan membandingkan dengan teori maupun studi empiris yang telah dilakukan peneliti lainnya.

### **BAB VI PENUTUP**

Pada BAB ini memaparkan tentang bagian akhir penelitian berupa bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran