

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat saat ini membawa dampak yang luar biasa dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bisnis. Kemajuan teknologi informasi memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan, peningkatan efektivitas pekerjaan, dan peningkatan pelayanan. Kehadiran teknologi ini tentunya dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan dan juga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan mendorong pelanggan tersebut loyal pada produk atau jasa yang digunakan. Loyalitas pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan, tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan transaksi ulang. Perusahaan harus berusaha memahami dengan tepat apa yang diinginkan oleh konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik guna memenuhi keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumennya sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan inginkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membangun loyalitas pelanggan adalah menerapkan strategi bisnis yang dikenal dengan *Customer Relationship Management*. CRM merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing. Penerapan strategi ini dapat dikembangkan untuk memperoleh pelanggan baru, meningkatkan hubungan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang berujung pada terciptanya loyalitas pelanggan. Berdasarkan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep yang menghubungkan antara CRM dengan teknologi informasi yang dinamakan dengan E-CRM. E-CRM adalah suatu aplikasi internet atau suatu teknologi yang berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat,

dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang, yaitu bidang pemasaran (*marketing*), bidang pemesanan (*order*), dan pelayanan konsumen (*customer service*)

PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare yang bergerak di bidang perdagangan ini memberikan pelayanan penjualan mobil-mobil bermerek daihatsu dan juga melayani perbaikan dan *service* berkala bermerek Daihatsu. Berdasarkan data pelanggan yang melakukan transaksi di bengkel PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare selama periode 1 tahun (Januari – Desember) terdapat 729 pelanggan yang tidak loyal. Pelanggan yang tidak loyal adalah pelanggan yang hanya melakukan 1 kali transaksi dalam periode 1 tahun. Untuk mengetahui penyebab pelanggan tidak loyal pada perusahaan adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan-pelanggan tersebut untuk mengetahui pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala bengkel PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare, saat ini PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare masih kurang efektif dalam melakukan evaluasi pelayanan-pelayanan yang perlu ditingkatkan serta kesulitan dalam menetapkan perbaikan kualitas pelayanan yang menjadi prioritas.

Dari permasalahan yang terjadi di PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare yang telah diuraikan, maka dibutuhkan sebuah sistem dengan menggunakan metode E-CRM dalam strategi pelayanan yang bertujuan untuk membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan dan memuaskan pelanggan sehingga akan munculnya kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, penulis akan membuat skripsi yang berjudul **“Pembangunan Electronic Customer Relationship Management Sebagai Upaya Peningkatan Pelayanan Pelanggan di PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada sebagai berikut:

1. Terdapat kesulitan bagi perusahaan untuk menentukan pelayanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan kualitasnya.
2. Adanya ketidakefektifan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan pelayanan-pelayanan yang perlu ditingkatkan dengan lebih baik lagi.

1.3. Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1. Maksud

Maksud dari penelitian ini adalah untuk membangun Electronic Customer Relationship Management di PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare.

1.3.2. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memudahkan perusahaan dalam menetapkan prioritas perbaikan pelayanan agar pengambilan keputusan mengenai pelayanan-pelayanan yang perlu ditingkatkan dapat dilaksanakan dengan baik.

1.4. Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya lingkup penelitian, maka penelitian ini membutuhkan batasan masalah yang akan dibahas, yaitu:

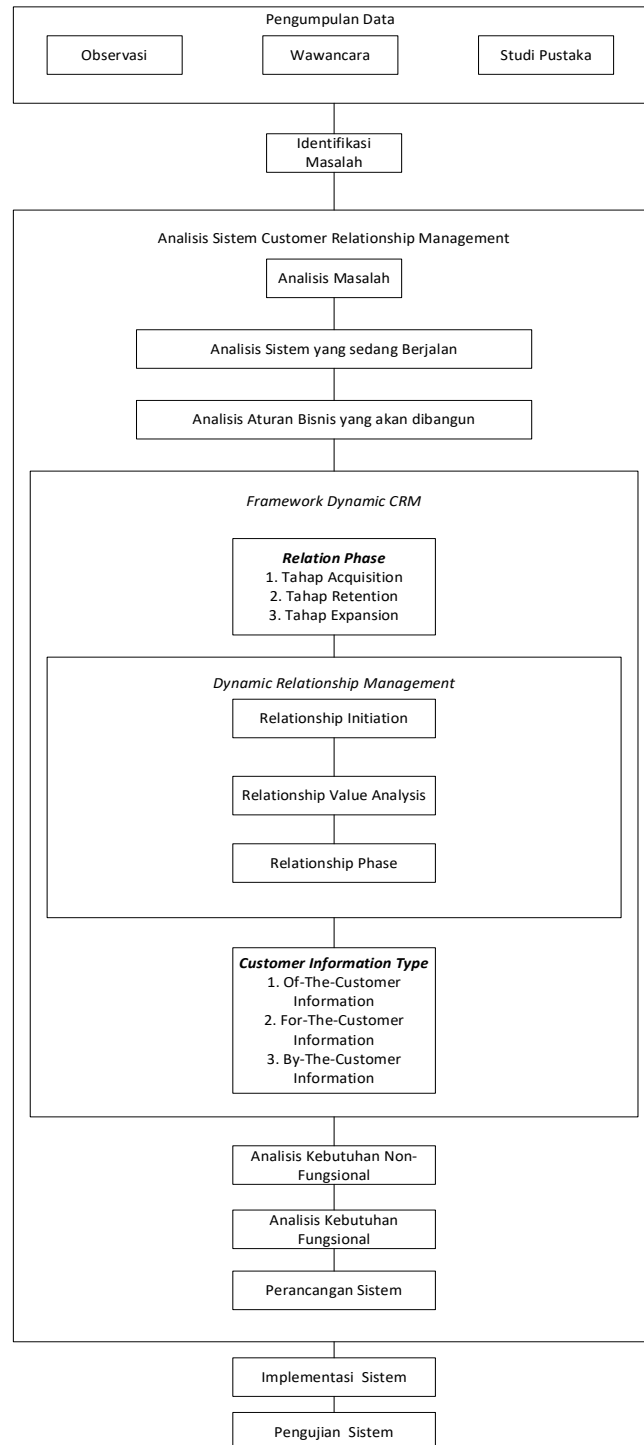
1. Data yang digunakan pada penelitian adalah data pelanggan yang melakukan transaksi selama 1 periode yaitu Januari 2021 – Januari 2022.
2. Pada penelitian ini *framework* yang digunakan adalah *framework dynamic of CRM*.
3. Metode yang digunakan pada kuisioner dalam mengukur kualitas pelayanan bengkel menggunakan metode *Service Quality*. Indikator analisisnya terdiri dari lima dimensi yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan dan Kepastian), dan *Empathy* (Empati)

4. Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) yang akan dibangun berisi beberapa proses atau fitur yaitu melakukan rekapitulasi kuesioner, menghitung penilaian kualitas pelayanan bengkel, serta sarana bagi pelanggan untuk melakukan pengisian kuesioner

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

Metode Penelitian adalah suatu penelitian untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan untuk dapat menentukan metode yang baik dan benar untuk mengatasi masalah-masalah yang ada, maka diperlukan metode dan pengumpulan data.



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari 3 metode, yaitu:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian pada perusahaan PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare untuk melihat dan mengamati kegiatan yang terjadi pada perusahaan tersebut.

2. Wawancara

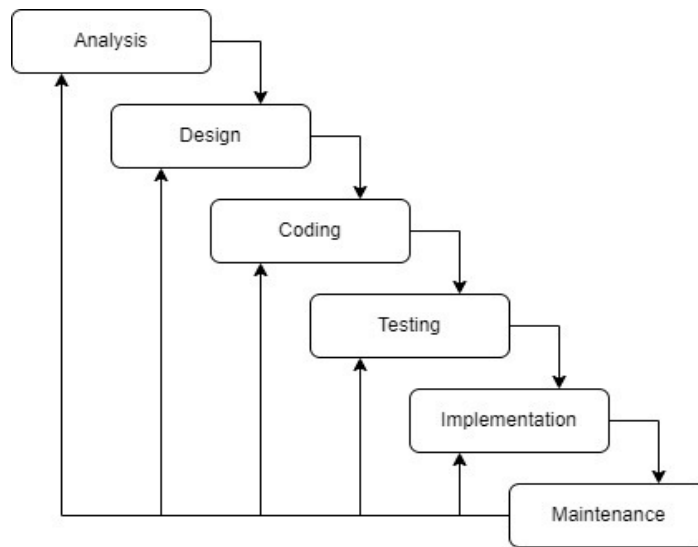
Melakukan tanya jawab secara lisan dengan pihak-pihak PT. Makassar Raya Motor – Daihatsu Parepare untuk mendapatkan informasi yang nantinya digunakan untuk membangun sistem yang akan di buat.

3. Studi Pustaka

Mencari sumber-sumber yang berpengaruh dalam data-data yang akurat seperti internet, maupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini

1.5.2. Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metodologi yang digunakan untuk membangun sistem ini adalah Model Waterfall. Model ini merupakan sebuah pendekatan terhadap pengembangan perangkat lunak yang sistematis, dengan beberapa tahapan, yaitu: *Analysis, Design, Coding, Testing dan Implementation/Maintenance*. Tahapan dalam metode *waterfall* dapat dilihat pada gambar 1.2:



Gambar 1.2 Metode Waterfall

1.1. *Analysis*

Merupakan tahap awal di mana dilakukannya penggalian kebutuhan sistem agar dapat membedakan antara kebutuhan fungsional dan non fungsional.

1.2. *Design*

Tahap perencanaan dan pemecahan masalah pada sistem sehingga menjadikan rancangan sistem, dapat berupa *mock-up*, UML diagram atau sejenisnya.

1.3. *Coding*

Tahap penerjemahan data yang dirancang ke dalam bahasa pemrograman yang telah ditentukan.

1.4. *Testing*

Tahap dilakukannya pengujian terhadap hasil pengembangan perangkat lunak baik dari segi tampilan dan fungsionalitas yang bertujuan apakah sudah berjalan sesuai rancangan atau masih ada kesalahan pada program yang telah dikembangkan.

1.5. *Implementation/Maintenance*

Tahap penerapan sistem secara keseluruhan disertai pemeliharaan jika terjadi perubahan struktur, baik dari segi software maupun hardware.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam pembuatan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisikan gambaran singkat mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian mengenai teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil oleh penulis dan teori yang digunakan sebagai panduan dasar dalam pengembangan sistem informasi ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis kebutuhan perangkat lunak dan perangkat keras, rancangan sistem yang dijelaskan dengan beberapa diagram dan rancangan antarmuka.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini merupakan tahap implementasi sistem, yaitu proses pembuatan sistem atau perangkat lunak dari tahap perancangan atau design ke tahap coding dengan menggunakan bahasa pemrograman yang akan menghasilkan sistem atau perangkat lunak yang telah dirancang. sebelumnya kemudian dilanjutkan dengan melakukan pengujian untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah dibangun.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran pengembangan yang mungkin akan menjadi penelitian lanjutan atau penelitian lain.