

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Perusahaan**

Tinjauan Perusahaan adalah sebuah penelitian terhadap perusahaan yang dijadikan sebagai tempat penelitian studi kasus diantaranya mengenai profil perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, dan deskripsi tugas dari setiap bagian di Baby Dear Rental Karawang

##### **2.1.1 Profil Perusahaan**

Baby Dear Rental adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa sewa perlengkapan bayi dan mainan anak yang berdiri sejak tahun 2012 yang berlokasi di Perumahan Mahkota Regency Blok C2 No. 8 (Depan Kampus Unsika, Sirnabaya, Kec. Telukjambe Tim., Kabupaten Karawang, Jawa Barat). Pada awal berdirinya saat pihak owner memiliki anak pertama dan mempunyai banyak perlengkapan bayi, lalu suatu ketika ada teman dari pihak owner tersebut berniat untuk meminjam dan menyarankan untuk menyewakannya saja daripada barang sebanyak itu tidak digunakan kembali, dan pada akhirnya pihak owner pun membuka usaha rental baby stuff yang di namakan Baby Dear.

##### **2.1.2 Logo Perusahaan**

Logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk simbol, merk dagang yang berfungsi sebagai tanda identitas dan pengenal ciri khas perusahaan tersebut.



Gambar 2.1 Logo Baby Dear Rental Karawang

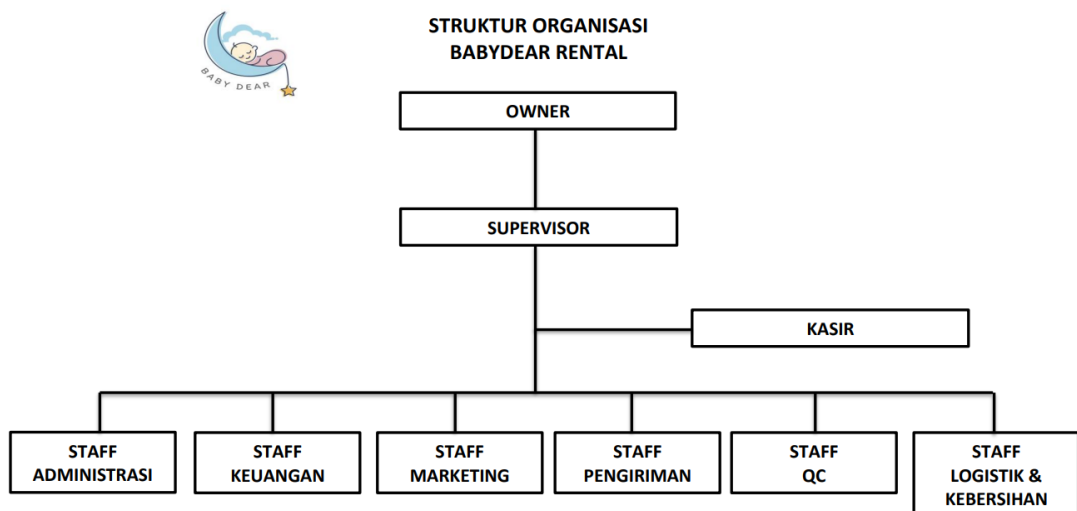
### 2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Baby Dear Rental Karawang adalah Menjadi perusahaan yang menguasai market ibu dan anak di Indonesia tahun 2031. Dan misi dari Baby Dear Rental Karawang berikut :

1. Memberikan pelayanan terbaik kepada customer
2. Membuka cabang di seluruh Indonesia
3. Menguasai teknologi

### 2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Baby Dear Rental Karawang dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Baby Dear Rental Karawang

### 2.1.5 Deskripsi Tugas

Berikut deskripsi tugas berdasarkan struktur organisasi sebagai berikut.

#### A. Owner

1. Memutuskan dan menentukan peraturan, kebijakan yang akan berlaku.
2. Bertanggungjawab dalam memimpin dan menjalankan usaha.
3. Merumuskan strategi-strategi untuk tercapainya visi & misi usaha.
4. Mengawasi jalannya usaha.
5. Mengevaluasi laporan keuangan usaha.

6. Mengangkat dan memberhentikan pegawai.

#### **B. Supervisor**

1. Mengawasi jalannya kegiatan operasional sehari-hari.
2. Memberikan bantuan/arahan kepada staff yang merasa kesulitan.
3. Membuat jadwal harian untuk staff yang lain.
4. Menjadi penghubung antara staff dan manajemen.
5. Mengevaluasi kinerja staff.

#### **C. Kasir**

1. Menerima pembayaran secara cash.
2. Mencatat dengan rapi pemasukan dan pengeluaran usaha
3. Memastikan jumlah uang yang diterima dengan jumlah uang yang disetorkan

#### **D. Staff Rental**

Melakukan proses Rental mulai dari :

- 1) Pengecekan barang sewaan saat mau disewakan kepada customer.
- 2) Finishing/wrapping

#### **E. Staff QC (Quality Control)**

Memeriksa dengan detail unit yang mau disewakan sebelum ke customer, melalui :

- 1) Kebersihan
- 2) Kelengkapan
- 3) Kualitas

#### **F. Staff Marketing**

1. Melakukan pemasaran produk.
2. Membuat konten dalam memasarkan produk agar menarik perhatian pelanggan
3. Sebagai jembatan penghubung antara perusahaan dengan konsumen.

## 2.2 Landasan Teori

Landasan teori membahas sebuah teori yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian. Landasan teori yang diuraikan merupakan hasil dari studi literatur buku, jurnal – jurnal, dan internet.

### 2.2.1 Customer Relationship Manajemen(CRM)

Customer Relationship Management merupakan Suatu Strategi bisnis yang mengidentifikasi dan memadukan sebuah proses. Bersifat dalam membantu menarik prospek penjualan, mengubah mereka menjadi pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan membuat pelanggan puas,nyaman dan loyal akan pelayanan yang diberikan.

CRM berkonsentrasi pada apa yang konsumen nilai, bukan pada apa yang perusahaan ingin jual (Tunggal, 2008). Sedangkan menurut Moore (2005) CRM adalah suatu cara mengkomputerisasi bisnis, pihak lain menyebut CRM adalah suatu rangkaian tehnik dan alat untuk menangani konsumen.

#### 2.2.1.1 Kualitas Pelayanan

Metode yang digunakan dalam pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan sebagai acuan dalam penelitian atau riset pemasaran adalah metode SERVQUAL(*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990). SERVQUAL adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka. SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*).

### 2.2.2 Dimensi SERVQUAL(*Service Quality*)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry akan di tentukan suatu dimensi baku untuk mengukur kualitas sebuah layanan, yang di mana dimensi tersebut kemudian di kenal dengan nama *Servqual* dan terbagi ke dalam sepuluh dimensi ( Jiang dkk ,2002 dikutip oleh Kurniawan,2008)

Dimensi	Pengertian	Contoh
---------	------------	--------

<i>Tangible</i>	Merupakan kualitas fisik, dari pelayanan yang diberikan	Peralatan atau fasilitas yang tersedia
<i>Reliability</i>	Merupakan suatu kemampuan dalam menyajikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat dan handal.	Layanan sesuai dengan iklan yang dijanjikan, fasilitas dan peralatan berfungsi dengan baik.
<i>Responsiveness</i>	Merupakan pelayanan atau respon pembeli layanan yang cepat dan kreatif terhadap permintaan dari pelanggan.	Pemberi layanan siap membantu jika diperlukan, pemberi layanan menanggapi pertanyaan dengan baik.
<i>Competence</i>	Pemberian layanan mempunyai penguasaan dan kemampuan untuk menyampaikan layanan dengan baik.	Adanya pengetahuan dan skill dari pemberi layanan.
<i>Credibility</i>	Kepercayaan pelanggan kepada layanan untuk menyampaikan layanan dengan baik	Layanan mempunyai image dan reputasi yang baik.
<i>Security</i>	Pelanggan merasa bebas dari bahaya, resiko serta gangguan	Keamanan pelanggan selama proses pelayanan terjamin
<i>Courtesy</i>	Pemberian layanan mempunyai sopan santun dan keramahan	Pemberian layanan bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan
<i>Communication</i>	Kemampuan menyajikan informasi dengan bahasa yang dimengerti oleh pelanggan dan mau mendengarkan inspirasi mereka	Pemberi layanan mempunyai kemampuan berkomunikasi

<i>Understanding</i>	Pemberi layanan mempunyai usaha untuk mengenal pelanggan serta mengerti kebutuhan	Pemberi layanan berusaha mengenal pelanggan dengan baik
<i>Acess</i>	Adanya pelayanan di mana penerima dapat dengan mudah menghubungi pemberi layanan	Lokasi layanan yang mudah dijangkau, line telepon untuk informasi tersedia dan mudah untuk dihubungi

Tabel 2.1 Dimensi Servqual  
(Sumber : Zeithaml, 1990 dikutip oleh Kurniawan,2008)

Dalam perkembangannya , kesepuluh komponen tersebut di persempit menjadi lima dimensi yang selanjutnya menjadi acuan untuk pengukuran yang di lakukan Customer terhadap layanan yaitu (Jiang dkk, 2002 dikutip oleh Kurniawan, 2008)

1. *Reliability*, Kemampuan memiliki performa yang bisa di andalan dan akurat.
2. *Assurance*, Kemampuan para personel untuk menimbulkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan.
3. *Tangibles* ,Aspek yang terlihat secara fisik masal peralatan dan personel petugas.
4. *Empathy*, mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.
5. *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu partisipan dan memberikan perhatian yang tepat.

Dimensi	<i>Tangible</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Emphaty</i>
<i>Tangible</i>					
<i>Reliability</i>					

<i>Responsiveness</i>					
<i>Competence</i>					
<i>Courtesy</i>					
<i>Credibility</i>					
<i>Security</i>					
<i>Access</i>					
<i>Communications</i>					
<i>Understanding Customer</i>					

Tabel 2.2 Hubungan 5 Dimensi Servqual dengan 10 dimensi Original kualitas  
(Sumber : Zeithaml, 1990 dalam Kurniawan, 2008)

No.	Dimensi	Atribut
1	Reliabilitas	1.Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan
		2.Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan
		3.Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali
		4.Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan
		5.Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan
2.	Daya Tanggap	6.Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
		7.Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan.
		8.Kesediaan untuk membantu pelanggan.
		9.Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.
3.	Jaminan	10.Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan
		11.Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi
		12.Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan
		13.Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan
4.	Empati	14.Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan
		15.Karyawan yang melakukan pelanggan secara penuh perhatian
		16.Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan
		17.Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan
		18.Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman

5.	Bukti Fisik	19.Peralatan modern
		20.Fasilitas yang berdaya tarik visual
		21.Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional
		22.Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual

Tabel 2.3 Dimensi dan Atribut Model Servqual

(Sumber : Diadaptasi dari Parasuraman, et al.,1994 yang dikutip oleh Tjiptonto, 2007)

### 2.2.3 MySQL

MySql merupakan sebuah DBMS atau yang disebut *Database Management System* yang menggunakan sebuah perintah SQL(*Structured Query Language*) dan juga MySql termasuk ke dalam salah satu jenis database yang bersifat *open source*. Sebuah aplikasi berbasis website maupun mobile tentu saja membutuhkan sebuah database server untuk menampung suatu data atau informasi yang banyak.

### 2.3 State of The Art

*State of The Art* adalah suatu kumpulan referensi jurnal yang digunakan dalam penelitian ini. Dan *State of The Art* juga memberikan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini, Berikut Tabel 2.4 yang berisi perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian ini.

No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul	Hasil	Perbandingan
1.	Grace Sella Br Purba	2018	ANALISIS PENENTUAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI HAURA SALON MUSLIMAH	Berdasarkan uraian pembahasan analisis dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan terhadap analisis penentuan kualitas pelayanan menggunakan metode servqual (service quality) dengan pendekatan Customer Relationship	Penelitian sebelumnya membahas tentang penggunaan metode Servqual dengan pendekatan CRM dalam penentuan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan,



				Management ( CRM ) di Haura Salon Muslimah yaitu sistem informasi yang dibangun ini dapat membantu Owner melakukan penilaian kualitas pelayanan dan memberikan rekomendasi hasil perbaikan pelayanan.	sedangkan penelitian ini membahas tentang perbaikan kualitas layanan dengan pendekatan CRM
2.	Kusmara Jiwantara, Agung Sutrisno, Johan S. C. Neyland	2012	PENERAPAN METODE SERVQUAL UNTUK EVALUASI DAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN PADA KEGIATAN PENYULUHAN BAHASA INDONESIA PRAKTIS DI BALAI BAHASA PROVINSI SULAWESI UTARA	Berdasarkan dan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan sebelumnya, dapat memberikan kesimpulan bahwa penerapan metode servqual untuk evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan pada kegiatan penyuluhan bahasa indonesia praktis dapat membantu meningkatkan kualitas dan kompetensi tenaga pengajar bahasa indonesia bagi para guru bahasa indonesia di Sulawesi utara	Penelitian sebelumnya membahas tentang penerapan metode service quality untuk evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan pada kegiatan penyuluhan bahasa indonesia praktis, sedangkan penelitian ini membahas tentang perbaikan kualitas layanan dengan pendekatan CRM

3	Sharleen Ekaputri Limantoro, Rosita Meitha Surjani, M. Arbi Hadiyat	2013	<p style="text-align: center;">PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DENGAN METODE SERVQUAL DAN STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) DI MIROTA, SURABAYA</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian di mirota dapat memberikan kesimpulan bahwa penerapan metode servqual dapat membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di mirota surabaya dengan melakukan perbaikan pada riset pemasaran dan sistem parkir</p>	<p>Penelitian sebelumnya membahas tentang perbaikan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan metode servqual dan structural equation modelling di mirota surabaya, sedangkan penelitian ini membahas tentang perbaikan kualitas layanan dengan pendekatan CRM</p> <p>Penelitian sebelumnya membahas tentang analisis kepuasan konsumen terhadap layanan spa dengan servqual, sedangkan penelitian ini membahas tentang perbaikan kualitas layanan dengan pendekatan CRM</p>
4	Ira Susi Susanti Situmorang, Fina Nasari	2019	<p style="text-align: center;">ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN SPA DENGAN SERVQUAL (STUDI KASUS : PT. ROYAL AMADEUS)</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian di PT. Royal Amadeus menggunakan Metode SERVQUAL maka masih cukup gagal dalam pelayanannya, dilihat dari hasil persentase yang masih banyak merasa tidak puas sehingga diperlukan metode lain.</p>	<p>Penelitian sebelumnya membahas tentang analisis kepuasan konsumen terhadap layanan spa dengan servqual, sedangkan penelitian ini membahas tentang perbaikan kualitas layanan dengan pendekatan CRM</p>

5	Yandra Prananda, Dyah Rachmawati Lucitasari dan M. Shodiq Abdul Khannan	2019	PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN	Berdasarkan analisis hasil maka dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan metode servqual untuk peningkata kualitas pelayanan pelanggan memiliki Nilai kualitas pelayanan (Q) Hotel Vidi 2 semuanya masih di bawah 1, namun dalam hal ini dikatakan cukup baik.	Penelitian sebelumnya membahas tentang penerapan metode service quality (servqual) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, sedangkan penelitian ini membahas tentang perbaikan kualitas layanan dengan pendekatan CRM
---	--	------	--	--	---

Tabel 2.4 Penelitian Sebelumnya(*State Of The Art*)