PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) UNTUK ANALISIS PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN PADA BALAI KESEHATAN OLAHRAGA MASYARAKAT BANDUNG

Mochamad Irfan Mardani[1], Riani Lubis S.T., M.T.[2]

[1,2] Teknik Informatika – Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipatiukur No. 112-116, Jl. Dago No. 160-162, Bandung, Jawa Barat 40132
E-mail : irfan_mardani@rocketmail.com[1], riani.lubis@email.unikom.ac.id[2]

ABSTRAK

Balai Kesehatan Masyarakat (BKOM) Bandung merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Kementrian Kesehatan Republik Indonesia yang menyelenggarakan upaya kesehatan olahraga strata dua untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat dibidang kesehatan olahraga secara menyeluruh dan terpadu. BKOM Bandung saat ini telah memiliki survei kepuasan pelanggan, namun survei yang telah berjalan tidak memiliki indikator penilaian karena hanya menghasilkan informasi jumlah pelanggan yang merasa puas dan tidak puas terhadap pelayanan di BKOM Bandung. Sehingga tidak dapat mengetahui indikator layanan apa yang belum memuaskan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Dari permasalahan tersebut memunculkan gagasan untuk menerapkan sistem informasi *Customer Relationship Management*, yang didalamnya dapat membantu tim pengaduan masyarakat dalam menilai indikator kualitas pelayanan dan merekomendasikan usulan perbaikan pelayanan pada BKOM Bandung. Penilaian kualitas pelayanan dihitung menggunakan metode *Fuzzy Service Quality (Servqual)*.

Setelah melalui tahap pengujian, sistem informasi ini dapat mengatasi masalah yang terjadi. BKOM Bandung dapat mengetahui penilaian pelanggan terhadap setiap indikator kualitas pelayanan dan memberikan rekomendasi perbaikan pelayanan pada BKOM Bandung dengan menggunakan metode *Fuzzy Service Quality (Servqual)*.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, *Service Quality*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Balai Kesehatan Masyarakat (BKOM) Bandung merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Kementrian Kesehatan Republik Indonesia yang menyelenggarakan upaya kesehatan olahraga strata dua untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat dibidang kesehatan olahraga secara menyeluruh dan terpadu. Terdapat empat kelompok pelayanan yang berada di BKOM Bandung yaitu promotif atau preventif, kuratif, rehabilitatif, dan latihan fisik. Pelayanan promotif atau preventif adalah layanan yang lebih bersifat informatif seperti sosialisasi tentang kesehatan dan olahraga, konsultasi gizi, konsultasi kesehatan olahraga, pemeriksaan kebugaran, dan program latihan fisik atau olahraga . Pelayanan kuratif adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang mengalami cedera akibat olahraga. Pelayanan rehabilitatif merupakan program latihan pasca sakit. Sedangkan pelayanan latihan fisik adalah layanan yang diberikan untuk memacu kebugaran jasmani seperti latihan fitness, bulu tangkis, bola basket, yoga, dan senam.

BKOM Bandung memiliki tim Pengaduan Masyarakat yang dibentuk langsung oleh Kepala BKOM Bandung untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Tim Pengaduan Masyarakat memiliki tugas untuk mengelola kritik dan saran dari pelanggan dan melakukan survei kepuasan pelanggan. Pelanggan dapat mengisi survei kepuasan pelanggan dengan cara memasukkan koin kepuasan pelanggan ke dalam kotak puas jika pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diterima atau pelanggan dapat memasukkan koin ke dalam kotak tidak puas bila pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diterima. Setiap bulannya kotak survei kepuasan pelanggan akan di buka dan di hitung. Berdasarkan data kepuasan klien BKOM Bandung di Lantai I dan Lantai II Tahun 2016, dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan sudah baik. Pencapaian terbaik yaitu pada bulan November sebanyak 100% dari 561 responden dan bulan Desember sebanyak 100% dari 488 responden yang menyatakan puas terhadap pelayanan di BKOM Bandung. Sedangkan yang terkecil pada bulan Maret sebanyak 86% dari 240 responden yang menyatakan puas terhadap pelayanan di BKOM Bandung. Namun pihak BKOM Bandung kesulitan untuk menentukan usulan perbaikan pelayanan. Sebab survei kepuasan pelanggan yang sedang berjalan tidak memiliki indikator penilaian. Sehingga tidak dapat mengetahui indikator layanan apa yang belum memuaskan pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan.

Sementara itu, perbaikan pelayanan saat ini dilakukan bedasarkan kritik dan saran yang masuk. Setiap bulannya dilakukan rapat untuk memproses kritik dan saran yang diperoleh, lalu hasil rapat tersebut akan dijadikan laporan dan tim pengaduan masyarakat mengirim surat kepada masing-masing bagian yang berkaitan dengan kritik dan saran yang disampaikan oleh pelanggan untuk selanjutnya ditindaklanjuti oleh masing-masing bagian. Berdasarkan hasil rekapitulasi Pengaduan Masyarakat pada Januari – Desember 2016 untuk seluruh jenis pelayanan, sebanyak 15,91% dari 44 responden memberikan saran agar kamar mandi disediakan air panas, sedangkan 33,33% dari 9 responden memberikan kritik tentang tempat treadmill yang silau.

Sedangkan, berdasarkan Keputusan Mentri Pendayagunaan Aparatur Negara No.63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik menyatakan, bahwa ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Oleh karena itu untuk mengetahui tingkat kepuasan penerima pelayanan dibutuhkan suatu survei kualitas pelayanan yang salah satunya dapat dilakukan dengan cara menyebar kuesioner.

Selain itu, CRM adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel. CRM didukung oleh data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi [1]. Oleh karena itu, BKOM Bandung membutuhkan sebuah sistem informasi yang dapat membantu tim pengaduan masyarakat untuk menilai kualitas pelayanan dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM).

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah membantu tim pengaduan masyarakat dalam menilai indikator kualitas pelayanan dan merekomendasikan usulan perbaikan pelayanan pada BKOM Bandung.

2. ISI PENELITIAN

2.1 Sistem Informasi

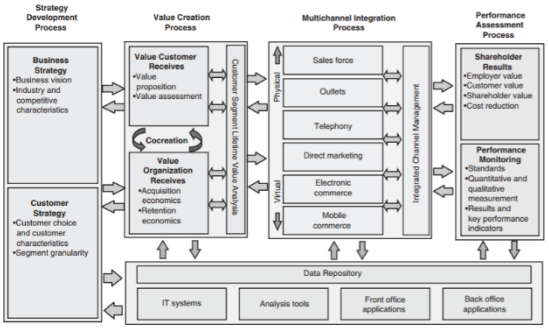
Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan" [2].

2.2 *Customer Relationship Management*

CRM adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel. CRM didukung oleh data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi [1].

2.3 *Strategic Framework CRM*

Strategic Framework for CRM merupakan suatu kerangka kerja yang menganalisa mengenai formulasi strategi, penciptaan nilai, manajemen informasi, integrasi multi-channel, dan penelitian kinerja dan terdiri dari *strategy development process, value creation process, multi-channel integration process,* dan *information management process* dalam tahapannya. Konsep dari *strategic framework* dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. *Strategic Framework CRM*

Dari kerangka kerja *pada strategic framework CRM* terdapat beberapa fase antara lain[3]:

1. *Strategy Develoment Process*
   Pada proses ini membutuhkan fokus ganda pada organisasi strategi bisnis dan strategi pelanggan. Seberapa baik keduanya saling berhubungan secara fundamental mempengaruhi keberhasilan strategi CRM. Bagian pengembangan strategi dibagi menjadi dua elemen: strategi bisnis dan strategi pelanggan. Pertama, strategi bisnis harus dipertimbangkan terlebih dahulu untuk menentukan bagaimana strategi pelanggan dapat dikembangkan dan berkembang setiap saat. Strategi bisnis dapat dimulai dengan meninjau atau menghubungkan visi dari perusahaan. Selanjutnya dilakukan peninjauan persaingan industri. Singkatnya, proses pengembangan strategi melibatkan penilaian rinci mengenai strategi bisnis dan pengembangan strategi pelanggan yang tepat.

2. *Value Creation Process*
   Proses penciptaan nilai mengambil keluaran dari proses strategi pembangunan dan mengubahnya menjadi program yang mana keduanya menghasilkan dan memberikan nilai. Area ini dibagi menjadi tiga elemen kunci, yaitu (1) menentukan nilai dari perusahaan yang dapat diterima oleh pelanggan; (2) menentukan nilai apa yang dapat perusahaan terima dari

pelanggan; dan (3) dengan berhasilnya mengelola pertukaran nilai ini, yang melibatkan proses *co-creation* atau produksi bersama, memaksimalkan lifetime value yang diinginkan segmen pelanggan.

3. *Multichannel Integration Process*
Integrasi multi chanel dapat dibilang salah satu proses yang sangat penting dalam CRM karena pada tahap ini keluaran dari strategi bisnis dan proses penciptaan nilai diterjemahkan kedalam aktivitas yang dapat menjadi nilai tambah perusahaan dengan pelanggan. Integrasi multi chanel berfokus pada pembuatan keputusan tentang kombinasi saluran apa yang paling tepat untuk digunakan.

Terdapat beberapa opsi chanel yang dapat digunakan, dimana opsi pilihan chanel tersebut dibagi menjadi enam kategori secara luas didasarkan pada kontak fisik atau secara virtual. Yang pertama adalah tenaga penjualan, seperti manajer lapangan, dan pelayan. Kedua adalah otlet, seperti kantor cabang, toko, depot, dan kios. Ketiga telephony, seperti telfon tradisional, facsimile, telex dan kontak call centre. Keempat yaitu dirrect marketing, seperti dirrect mail, radio, televisi tradisional(tetapi tidak termasuk e commerce). Kelima yaitu E-commerce, seperti e-mail, internet, dan televisi digital interaktif. Keenam adalah m-commerce, seperti telepon genggam, pesan singkat, protokol alpikasi nirkabel, dan layanan 3G mobile.

4. *Performance Assessment Process*
Proses penilaian kinerja meliputi tugas penting untuk memastikan strategi organisasi mengarah kedalam persyaratan dari CRM untuk dapat memberikan standar yang tepat dan sebagai basis untuk perbaikan dimasa mendatang. Proses ini dapat dilihat bedasarkan dua komponen utama yaitu hasil pemegang saham dan pemantauan kinerja. Hasil pemegang saham yaitu hasil dari penerapan teknologi CRM sehingga bermanfaat bagi perusahaan untuk mengurangi biaya operasional dan efesiensi pekerjaan. Pemantauan kinerja adalah untuk memastikan bahwa aktivitas CRM terencana dan dipraktekan dengan efektif dan timbal balik masih ada untuk memaksimalkan peningkatan performa dan sebagai pembelajaran bagi organisasi.

5. *Information Management Process*
Proses pengelolaan informasi berkaitan dengan pengumpulan, pemeriksaan, dan penggunaan data beserta informasi dari seluruh titik kontak pelanggan untuk menghasilkan pengetahuan mengenai pelanggan dan respon pemasaran yang tepat. Bahan utama untuk pengelolaan informasi tersebut adalah Repositori data, yang menyediakan penyimpanan data tentang Pelanggan; Sistem TI, yang mencakup perangkat keras komputer, perangkat lunak, dan middleware yang dimiliki organisasi; analisis Alat; dan aplikasi *front office* dan *back office*, yang mendukung banyak aktivitas yang melibatkan hubungan secara langsung dengan pelanggan dan mengelola operasi internal, administrasi dan hubungan pemasok.

2.4 Metode *Service Quality*

Servqual merupakan suatu cara instrument untuk melakukan pengukuran kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap sektor-sektor jasa, model ini juga dikenal dengan istilah Gap. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan[4].

Pengukuran kualitas jasa dalam model Servqual ini didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Serta *Gap* diantara keduanya pada lima dimensi kualitas jasa yaitu (*Reliabitity*, daya tanggap, jaminan, Empaty dan Bukti fisik), kelima dimensi kualitas tersebut dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut harapan dan variabel presepsi berdasarkan skala likert.

Terdapat 5 dimensi utama dalam menilai kualitas layanan[5] :

1. **Bukti fisik** (*tangibles*)
Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan
2. **Keandalan** (*reliability*)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. **Daya tanggap** (*responsiveness*)
Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberian jasa secara cepat.
4. **Jaminan** (*assurance*)
Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwapara karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. **Empati** (*emphaty*)
Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman

Kesenjangan (*gap*) kualitas jasa, terdiri dari lima gap utama :

1. *Gap* 1, *gap* antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen (*knowledge gap*). Gap ini berarti bahwa pihak manajemenmempersepsikan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat.
2. *Gap* 2, gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (*standards gap*). Gap ini menunjukkan bahwa spesifikasi kualitas jasa tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas. Penyebabnya adalah tidak adanya standar kinerja yang jelas, kesalahan perencanaan atau prosedur perencanaan yang tidak memadai, manajemen perencanaan yang buruk, kurangnya penetapan tujuan yang jelas dalam organisasi, kurangnya dukungan dan komitmen manajemen puncak terhadap perencanaan kualitas jasa, kekurangan sumber daya, dan situasi permintaan yang berlebihan.
3. *Gap* 3, gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*delivery gap*). Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa.
4. *Gap* 4, gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (*communications gap*). Gap ini berarti bahwa janji-janji yang disampaikan oleh penyedia jasa tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada para pelanggan.
5. *Gap* 5, gap antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*service gap*). *Gap* ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. *Gap* ini bisa menimbulkan konsekuensi yang negatif.

   Skor Servqual untuk tiap pasang pertanyaan bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut.

   $Q = P - E$ (1)

   Dimana:

   Q = Skor SERVQUAL

   E = Skor Ekspektasi atau harapan pelanggan atas kualitas pelayanan

   P = Skor persepsi dari pelayanan yang sesungguhnya diterima

2.5 Kuesioner (Angket)

Menurut Larry Cristensen (2004) Kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuisoner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner[6].

2.6 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penelit, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor, misalnya:

1. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor 1

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda[6].

2.7 *Fuzzy-Servqual*

Konsep Fuzzy - servqual adalah sebuah teori pengukuran yang mengakomodir bahasa linguistik dengan bahasa numerik (angka/statistik). Faktor ketidakpresisian telah diakomodasi dalam sebuah penilaian variabel linguistik yang mengadaptasi ketidakpresisian data, ambiguitas dan subjektifitas, yang tidak dapat dilakukan dengan model servqual biasa.

Perhitungan nilai fuzzyfikasi data kuesioner dilakukan dengan rumus berikut[7]:

Batas Bawah :

$$(c)= \frac{b_{i1}*n_1+b_{i1}*n_2+b_{i2}*n_3+\ldots\ldots+b_{i(k-1)}*n_k}{n_1+n_2+n_3+\ldots\ldots+n_k} \quad (2)$$

Nilai tengah :

$$(a) = \frac{b_{i1}*n_1+b_{i2}*n_2+b_{i3}*n_3+\ldots\ldots+b_{ik}*n_k}{n_1+n_2+n_3+\ldots\ldots+n_k} \quad (3)$$

Batas Atas :

$$(b) = \frac{b_{i2}*n_1+b_{i3}*n_2+\ldots\ldots+b_{i(k-1)}*n_k+b_{ik}*n_k}{n_1+n_2+n_3+\ldots\ldots+n_{(k-1)}+n_{jk}} \quad (4)$$

Keterangan :

bi = nilai rata-rata fuzzy set per tingkat kepentingan

n = jumlah responden per tingkat kepentingan.

Setelah masing-masing kriteria didapatkan selisihnya, maka pada tahap selanjutnya adalah melakukan defuzzyfikasi untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang representatif dengan menggunakan Arithmatic Mean yang diformulasikan sebagai berikut [7] :

$$\mu\,(a \cap b) = \frac{a+b}{2} \qquad (5)$$

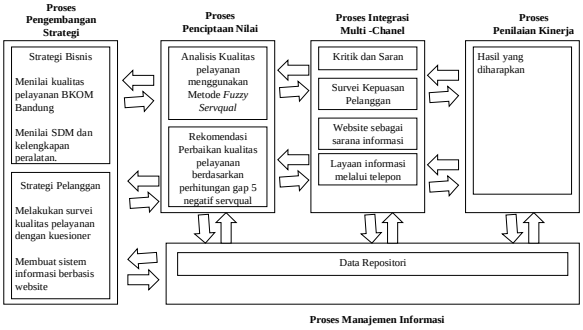
Keterangan :
a = Hasil penghitungan nilai tengah pada fuzzyfikasi
b = Hasil penghitungan batas atas pada fuzzyfikasi

2.8 Analisis Masalah

Analisis masalah merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dalam prosedur-prosedur pengolahan data pada sistem yang akan dibangun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat masalah pada survei kepuasan pelanggan yang sedang berjalan di BKOM Bandung belum memiliki indikator penilaian. Sehingga pihak BKOM Bandung tidak dapat mengetahui indikator layanan apa yang belum memuaskan pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan.

2.9 Analisis *Framework CRM*

Untuk menetapkan fitur CRM secara tepat, diperlukan *framework* sebagai acuan. *Framework* tersebut merupakan kerangka kerja untuk mempresentasikan fase dan kematangan hubungan perusahaan dengan pelanggannya. *Framework* CRM yang digunakan dalam sistem yang akan dibangun yaitu menggunakan *Strategic Framework* CRM yang dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Penerapan *Strategic Framework* CRM di BKOM Bandung

Penerapan *Strategic Framework* CRM di BKOM Bandung terdiri dari 5 proses utama pengerjaan yang saling berkaitan, keterkaitan antar proses ditunjukan oleh tanda panah dua arah.

Adapun penerapan dari strategic framework CRM di BKOM Bandung yang dibagi menjadi 5 proses utama sebagai berikut :

2.9.1 Proses Pengembangan Strategi

Pada proses ini dilakukan analisis terhadap pengembangan strategi, pada proses ini terdapat dua fokus utama yaitu strategi bisnis dan strategi pelanggan.

1. Strategi Bisnis
   Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan analisis dari strategi bisnis BKOM Bandung yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis Strategi Bisnis

Strategi bisnis saat ini	Analisis	Strategi bisnis yang diusulkan
BKOM Bandung Memiliki Visi yaitu "Meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia"	Dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan visi BKOM Bandung ditunjang dengan adanya misi yang salah satunya adalah menerapkan *Quality Assurance* untuk kepuasan pelanggan.	Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang ada di BKOM Bandung.
BKOM Bandung sangat menjunjung tinggi kaidah penyelenggaraan olah raga yang baik, benar, teratur dan terukur.	Untuk terselenggarany a pelayanan olahraga yang baik, benar, teratur, dan terukur BKOM Bandung telah memiliki sumber daya manusia dan kelengkapan peralatan yang dapat menunjang pelayanan kesehatan olahraga.	Melakukan penilaian dari sisi pelanggan tentang sumber daya manusia dan kelengkapan peralatan yang ada di BKOM Bandung

2. Strategi Pelanggan
   Sedangkan strategi pelanggan di BKOM Bandung dilakukan dengan menerapkan Quality Assurance. Adapun analisis strategi pelanggan yang saat ini sudah berjalan di BKOM Bandung dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Strategi Pelanggan

Strategi Pelanggan Saat ini	Analisis	Strategi yang diusulkan
BKOM Bandung sudah memiliki survei kepuasan pelanggan. Pelanggan dapat mengisi survei dengan cara memasukkan koin kedalam	Meskipun menurut hasil survei kepuasan pelanggan sudah baik, namun informasi yang didapatkan tidak dapat dianalisis lebih lanjut karena hanya berupa	Melakukan survei kualitas pelayanan dengan menggunakan kuesioner.

kotak puas atau tidak puas.	informasi jumlah pelanggan yang merasa puas dan tidak puas saja.	
BKOM Bandung sudah memiliki kotak kitik dan saran dimana pelanggan dapat menyampaikan aspirasi berupa kritik dan saran terkait pelayanan yang telah diterima di BKOM Bandung agar dapat diproses dan ditanggapi.	Kritik dan saran yang saat ini berjalan masih menggunakan tulisan tangan sehingga ada kemungkinan penulisan tidak jelas. Membutuhkan kertas sehingga tidak efisien	Membuat sistem informasi berbasis website untuk pengisian survei dan penyampaian kritik dan saran.

2.9.2 Proses Pembentukan Nilai

Selanjutnya pada proses pembentukan nilai dilakukan implementasi dari hasil proses pengembangan strategi.

1. Analisis Kualitas Pelayanan

   Analisis kualitas pelayanan adalah analisis yang dilakukan untuk menilai kualitas pelayanan yang ada di BKOM Bandung. Dalam penelitian ini, analisis kualitas pelayanan dilakukan melalui tahapan sebagai berikut :

   a. Identifikasi Atribut Kualitas Pelayanan dan Karakteristik Responden

   b.

Tabel 3. Identifikasi unsur pelayanan BKOM Bandung dengan dimensi *Servqual*

Dimensi *Servqual*	Var	Indikator Kualitas Pelayanan
Tangibles (Bukti Fisik)	V1	Unit pelayanan memiliki peralatan yang modern
	V2	Kelengkapan fasilitas pendukung pelayanan
Reliability (Keandalan)	V3	Kesesuaian jasa yang didapat dengan yang dijanjikan
	V4	Kesesuaian waktu pelayanan dengan yang dijanjikan
Responsiveness (Daya Tanggap)	V5	Pelayanan yang segera atau cepat
	V6	Kesediaan petugas untuk membantu pelanggan
Assurance (Jaminan)	V7	Melayani pelanggan dengan sopan dan ramah
	V8	Kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan
	V9	Kemampuan dan pengetahuan petugas dalam melayani
Emphaty (Empati)	V10	Waktu operasional yang nyaman bagi pelanggan
	V11	Memberikan perhatian penuh kepada pelanggan secara personal

Sedangkan identifikasi karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui jenis responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menerima pelayanan latihan fisik dan pemeriksaan kebugaran di BKOM Bandung.

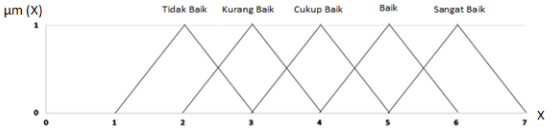
c. Penyusunan dan penyebaran kuesioner

Tabel 4. Kuesioner pendahuluan pelayanan Latihan Fisik

Var	Pernyataan
V1	Unit pelayanan ini memiliki peralatan yang yang terbaru (modern).
V2	Fasilitas pendukung pelaksanaan latihan fisik yang lengkap dibandingkan dengan tempat lain.
V3	Pelanggan selalu mendapatkan pelayanan jasa sesuai dengan yang dijanjikan tanpa ada kesalahan.
V4	Pelanggan selalu menerima pelayanan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
V5	Instruktur selalu merespon segala kebutuhan pelanggan dengan cepat.
V6	Kesediaan Instruktur untuk membantu pelanggan dalam hal pelaksanaan latihan fisik.
V7	Instruktur selalu melayani pelanggan dengan sopan dan ramah.
V8	Instruktur mampu menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan ketika memberikan pelayanan.
V9	Instruktur memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik untuk menunjang pekerjaannya.
V10	Pelayanan latihan fisik memiliki waktu operasional yang nyaman bagi pelanggan.
V11	Instruktur selalu memberikan perhatian penuh secara personal kepada pelanggan.

d. Pengolahan data Kuesioner

Pada tahap pertama akan dilakukan penentuan Fuzzy set. Penentuan Fuzzy set dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuesioner. Penentuan nilai Fuzzy set pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. *Fuzzy Set*

Pengolahan data kuesioner pelayanan latihan fisik dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen. Berikut ini adalah contoh perhitungan yang dilakukan untuk atribut unsur pelayanan V1:

1) Menghitung nilai *Fuzzyfikasi*

Untuk menghitung nilai *Fuzzyfikasi* pada persepsi dan ekspektasi pelayanan latihan fisik menggunakan rumus (2) untuk mencari batas atas, (3) untuk mencari nilai tengah, dan (4) untuk mencati batas bawah.

Maka Perhitungan Fuzzyfikasi Persepsi V1:

Batas Bawah (c) =

$$= \frac{b_{i1}*n_1 + b_{i1}*n_2 + b_{i2}*n_3 + \ldots\ldots + b_{i(k-1)}*n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \ldots\ldots + n_k}$$

$$= \frac{(1*0) + (2*3) + (3*13) + (4*12) + (5*2)}{0 + 3 + 13 + 12 + 2}$$

$$= \frac{0 + 6 + 39 + 48 + 10}{30} = \frac{103}{30} = 3{,}43$$

Nilai Tengah (a) =

$$= \frac{b_{i1}*n_1 + b_{i2}*n_2 + b_{i3}*n_3 + \ldots\ldots + b_{ik}*n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \ldots\ldots + n_k}$$

$$= \frac{(2*0) + (3*3) + (4*13) + (5*12) + (6*2)}{0 + 3 + 13 + 12 + 2}$$

$$= \frac{0 + 9 + 52 + 60 + 12}{30} = \frac{138}{30} = 4{,}43$$

Batas Atas (b) =

$$= \frac{b_{i2}*n_1 + b_{i3}*n_2 + \ldots\ldots + b_{i(k-1)}*n_k + b_{ik}*n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \ldots\ldots + n_{(k-1)} + n_{jk}}$$

$$= \frac{(3*0) + (4*3) + (5*13) + (6*12) + (7*2)}{0 + 3 + 13 + 12 + 2}$$

$$= \frac{0 + 12 + 65 + 72 + 14}{30} = \frac{163}{30} = 5{,}43$$

Perhitungan Fuzzyfikasi Ekspektasi V1 :

Batas Bawah (c) =

$$= \frac{b_{i1}*n_1 + b_{i1}*n_2 + b_{i2}*n_3 + \ldots\ldots + b_{i(k-1)}*n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \ldots\ldots + n_k}$$

$$= \frac{(1*0) + (2*0) + (3*15) + (4*13) + (5*2)}{0 + 0 + 15 + 13 + 2}$$

$$= \frac{0 + 0 + 45 + 52 + 10}{30} = \frac{107}{30} = 3{,}56$$

Nilai Tengah (a) =

$$= \frac{b_{i1}*n_1 + b_{i2}*n_2 + b_{i3}*n_3 + \ldots\ldots + b_{ik}*n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \ldots\ldots + n_k}$$

$$= \frac{(2*0) + (3*0) + (4*15) + (5*13) + (6*2)}{0 + 0 + 15 + 13 + 2}$$

$$= \frac{0 + 0 + 60 + 65 + 12}{30} = \frac{137}{30} = 4{,}56$$

Batas Atas (b) =

$$= \frac{b_{i2}*n_1 + b_{i3}*n_2 + \ldots\ldots + b_{i(k-1)}*n_k + b_{ik}*n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \ldots\ldots + n_{(k-1)} + n_{jk}}$$

$$= \frac{(3*0) + (4*0) + (5*15) + (6*13) + (7*2)}{0 + 0 + 15 + 13 + 2}$$

$$= \frac{0 + 0 + 75 + 78 + 14}{30} = \frac{167}{30} = 5{,}56$$

Adapun rekapitulasi hasil fuzzyfikasi pelayanan latihan fisikyang telah dihitung dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Fuzzyfikasi Pelayanan Latihan Fisik

Var	Persepsi			Ekspektasi		
	Fuzzyfikasi			Fuzzyfikasi		
	c	a	b	c	a	b
V1	3,43	4,43	5,43	3,56	4,56	5,56
V2	3,96	4,96	5,96	4,03	5,03	6,03
V3	3,26	4,26	5,26	3,36	4,36	5,36
V4	3,66	4,66	5,66	3,80	4,80	5,80
V5	2,93	3,93	4,93	3,10	4,10	5,10
V6	3,33	4,33	5,33	3,56	4,56	5,56
V7	3,73	4,73	5,73	3,83	4,83	5,83
V8	3,13	4,13	5,13	3,36	4,36	5,36
V9	3,86	4,86	5,86	4,06	5,06	6,06
V10	2,80	3,80	4,80	3,40	4,40	5,40
V11	3,80	4,80	5,80	3,96	4,96	5,96

2) Menghitung nilai *Defuzzyfikasi*

Untuk menghitung nilai Defuzzyfikasi pada persepsi dan ekspektasi pelayanan latihan fisik menggunakan rumus (5) untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang representatif. Berikut ini perhitungan pada V1:

Perhitungan Defuzzyfikasi Persepsi V1 :

$$\mu(a \cap b) = \frac{a + b}{2} = \frac{4{,}43 + 5{,}43}{2} = 4{,}93$$

Perhitungan Defuzzyfikasi Ekspektasi V1 :

$$\mu(a \cap b) = \frac{a + b}{2} = \frac{4{,}56 + 5{,}56}{2} = 5{,}06$$

Adapun rekapitulasi hasil defuzzyfikasi pelayanan latihan fisik yang telah dihitung dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Defuzzyfikasi Pelayanan Latihan Fisik

Var	Defuzzyfikasi Persepsi	Defuzzyfikasi Ekspektasi
V1	4,93	5,06
V2	5,46	5,33
V3	4,76	4,86
V4	5,16	5,30
V5	4,43	4,60
V6	4,83	5,06
V7	5,23	5,33
V8	4,63	4,86
V9	5,36	5,56
V10	4,30	4,90
V11	5,30	5,46

3) Menghitung nilai *gap 5* (Q)

Untuk menghitung nilai Gap 5 pada persepsi dan ekspektasi pelayanan latihan fisik menggunakan rumus (1) untuk mendapatkan nilai gap antara persepsi dan ekspektasi. Berikut ini perhitungan pada V1.

Q = P – E

Q = 4,93 – 5,06 = - 0,13

Hasil perhitungan menunjukan bahwa nilai gap 5 (Q) terhadap atribut V1 pada pelayanan latihan fisik sebesar -0,13.

Berdasarkan seluruh perhitungan tersebut maka diperoleh nilai gap 5 terhadap seluruh indikator pelayanan pada kualitas pelayanan latihan fisik yang dapat dilihat pada tabel 7

Tabel 7. Perhitungan nilai gap 5 pada pelayanan latihan fisik

Var	Persepsi	Ekspektasi	GAP
	Defuzzyfikasi	Defuzzyfikasi	
V1	4,93	5,06	-0,13
V2	5,46	5,33	-0,07
V3	4,76	4,86	-0,10
V4	5,16	5,30	-0,13
V5	4,43	4,60	-0,17
V6	4,83	5,06	-0,23
V7	5,23	5,33	-0,10
V8	4,63	4,86	-0,23
V9	5,36	5,56	-0,20
V10	4,30	4,90	-0,60
V11	5,30	5,46	-0,17

Dari hasil pengolahan perhitungan nilai servqual (gap) diperoleh unsur pelayanan yang memiliki nilai terkecil, yaitu unsur pelayanan V10 dengan nilai -0,60. Selanjutnya unsur pelayanan yang memiliki nilai terkecil ini akan dijadikan rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan.

2. Rekomendasi Perbaikan Pelayanan

Rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan akan disusun bersdasarkan hasil dari penyusunan kuesioner pendahuluan.

Adapun penyusunan rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan pelayanan latihan fisik yang telah disusun dapat dilihat pada tabel 8

Tabel 8. Rekomendasi Perbaikan Kualitas Pelayanan Latihan Fisik

Var	Rekomendasi Perbaikan
V1	Perlu dilakukan regenerasi peralatan latihan fisik dengan alat yang lebih baru (modern)
V2	Perlu dilakukan pengadaan fasilitas pendukung latihan fisik baru yang belum dimiliki oleh BKOM Bandung
V3	Perlu dilakukan evaluasi terhadap prosedur pelayanan agar tidak terjadi kesalahan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
V4	Perlu dilakukan evaluasi terhadap prosedur pelayanan agar waktu pelayanan tidak terlambat.
V5	Perlu dilakukan pelatihan terhadap Instruktur agar dapat merespon kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat.
V6	Perlu dilakukan pengarahan terhadap instruktur untuk membantu pelanggan selama pelayanan berlangsung.
V7	Perlu diberikan teguran terhadap instuktur agar melayani pelanggan dengan sopan dan ramah.
V8	Perlu dilakukan pelatihan dan pengarahan terhadap instruktur agar mampu menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan.
V9	Perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja instruktur
V10	Jam operasional pelayanan latihan fisik perlu ditambah atau diubah.
V11	Perlu dilakukan pelatihan dan pengarahan terhadap instruktur untuk selalu memberikan perhatian penuh secara personal kepada pelanggan

Dalam rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan pada pelayanan latihan fisik, diprioritaskan pada unsur pelayanan yang memiliki nilai gap 5 negatif paling besar. Jika terdapat lebih dari satu indikator pelayanan yang memiliki gap 5 negatif paling besar yang sama, maka seluruh indikator yang memiliki gap 5 negatif terbesar akan direkomendasikan sebagai perbaikan kualitas pelayanan.

Berikut ini adalah contoh pemberian rekomendasi saran perbaikan kualitas pelayannan pada pelayanan latihan fisik bedasarkan tabel 7 adalah sebagai berikut:

"Diketahui nilai gap 5 negatif terbesar pada pelayanan latihan fisik adalah sebesar -0,60. Yaitu variabel V10 mengenai pernyataan " Pelayanan latihan fisik memiliki waktu operasional yang nyaman bagi pelanggan."

Maka Saran perbaikan kualitas pelayanan pada pelayanan latihan fisik berdasarkan tabel 8 adalah sebagai berikut:

Jam operasional pelayanan latihan fisik perlu ditambah atau diubah.

2.9.3 Proses Integrasi *Multi-Chanel*

Pada saat ini BKOM Bandung telah menggunakan beberapa saluran chanel untuk mendukung proses bisnis yang berjalan. Berikut ini adalah saluran chanel yang digunakan BKOM Bandung dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Media Komunikasi BKOM Bandung

No.	Media Komunikasi	Penjelasan
1	Website BKOM Bandung	Merupakan media komunikasi yang digunakan oleh BKOM Bandung untuk memberikan informasi tentang pelayanan , profile perusahaan dan event yang ada.
2	Kotak kritik dan saran	Merupakan media komunikasi bagi pelanggan yang digunakan untuk menyampaikan kritik dan saran
3	Kotak survei kepuasan pelanggan	Merupakan media bagi pelanggan untuk memberikan pendapat puas atau tidak puasnya terhadap seluruh pelayanan di BKOM Bandung.
4	Layanan telepon	Merupakan media komunikasi yang dapat digunakan oleh pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai pelayanan di BKOM Bandung.

Pada sistem yang diusulkan terdapat integrasi survei kualitas pelayanan dengan pendaftaran member, sehingga hanya pelanggan BKOM Bandung yang telah terdaftar sebagai member yang dapat mengisi survei kualitas pelayanan. Fitur yang terdapat pada sistem yang diusulkan dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 11. Fitur Pada Sistem yang diusulkan

No.	Fitur	Penjelasan
1	Pendaftaran member	Merupakan fitur untuk menambahkan pelanggan sebagai member. Sehingga hanya pelanggan yang sudah menjadi member yang dapat mengisi survei.
2	Survei Kualitas Pelayanan	Pelanggan dapat mengisi survei untuk menilai kualitas pelayanan BKOM Bandung
3	Kritik dan saran	Pelanggan dapat menyampaikan kritik dan saran ketika mengisi survei kualitas pelayanan.
4	Rekomendasi perbaikan pelayanan	Tim pengaduan masyarakat dapat meliha rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan bedasarkan hasil survei.

2.9.4 Proses Manajemen Informasi

Bedasarkan hasil proses pengembangan strategi BKOM Bandung membutuhkan sebuah sistem informasi berbasis website untuk pengisian survei dan penyampaian kritik dan saran. Sedangkan pada pembangunan sistem informasi tersebut dibutuhkan data repositori untuk menampung seluruh informasi yang dibutuhkan. Data repositori sistem informasi BKOM Bandung dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Data Repositori

No.	Teknologi Informasi	Penjelasan
1	Data Pelanggan	Data pelanggan adalah data pribadi mengenai pelanggan seperti nama, alamat, tanggal lahir, no telepon, pekerjaan, dan pendidikan pelanggan.
2	Data Jawaban Survei	Data jawaban survei adalah data jawaban dari survei kualitas pelayanan yang telah diisi oleh pelanggan
3	Data Kritik dan Saran	Data kritik dan saran adalah data kritik dan saran untuk perusahaan yang diberikan oleh pelanggan.
4	Data Pelayanan	Data pelayanan adalah data mengenai pelayanan yang ada di BKOM Bandung.

2.9.5 Proses Penilaian Kinerja

Dalam penilaian kinerja BKOM Bandung memiliki pedoman yaitu Standar Pelayanan Minimal Balai Kesehatan Olahraga Masyarakat (BKOM)[8]. Adapun harapan yang diambil bedasarkan Standar Pelayanan Minimal Balai Kesehatan Olahraga

Masyarakat terhadap hasil perhitungan kualitas pelayanan.
Berikut ini analisis harapan terhadap variabel yang terkait bedasarkan hasil perhitungan kualitas pelayanan pada pelayanan latihan fisik dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Analisis Harapan Pelayanan Latihan Fisik

Harapan	Var	GAP	Kesimpulan
Terwujudnya pelayanan kesehatan olahraga yang bermutu dan sesuai standar.	V1	-0,13	Seluruh variabel masih bernilai negatif sehingga belum memenuhi harapan
	V2	-0,07	
	V4	-0,13	
	V5	-0,17	
Tersedianya pelayanan kesehatan olahraga yang terjangkau, dapat dijangkau, dan berkesinambungan.	V10	-0,60	Seluruh variabel masih bernilai negatif sehingga belum memenuhi harapan
Terlindungnya masyarakat terhadap dampak negatif pelayanan kesehatan olahraga yang tidak sesuai standar.	V3	-0,10	Seluruh variabel masih bernilai negatif sehingga belum memenuhi harapan
	V8	-0,23	
	V9	-0,20	
Terpenuhinya hak asasi masyarakat di bidang kesehatan olahraga.	V6	-0,23	Seluruh variabel masih bernilai negatif sehingga belum memenuhi harapan
	V7	-0,10	
	V11	-0,17	

2.9 Pengujian Sistem

Pada tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap implementasi yaitu melakukan pengujian-pengujian terhadap aplikasi yang dibangun. Pengujian sistem informasi *Customer Relationship Management* memiliki dua tahapan pengujian, yaitu pengujian *alpha* dan *beta*.

2.9.1 Kesimpulan pengujian *alpha*

Bedasarkan hasil pengujian fungsional yang dilakukan makan dapat disimpulkan bahwa sistem informasi customer relationship management yang telah dibangun sudah dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

2.9.2 Kesimpulan pengujian *beta*

Bedasarkan hasil wawancara dan hasil kuesioner dengan user yang ada dapat disimpulkan bahwa sistem informasi ini sudah sesuai dan dapat dipahami oleh user.

3. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Sistem informasi *Customer Relationship Management* BKOM Bandung telah dibangun dan dilakukan pengujian terhadap sistemnya sehingga dapat disimpulkan bahwa.

Sistem informasi *Customer Relationship Management* BKOM Bandung ini dapat membantu tim pengaduan masyarakan dalam menilai indikator kualitas pelayanan dan merekomendasikan usulan perbaikan pelayanan pada BKOM Bandung.

3.2 Saran

Sistem informasi Customer Relationship Management BKOM Bandung ini tentunya masih terdapat kekurangan, kekurangan tersebut dapat diperbaiki pada penelitian dimasa mendatang. Adapun saran untuk pengembangan sistem di masa mendatang yaitu dengan menambahkan fitur email/sms gateway untuk mengingatkan pelanggan ketika terdapat periode pengisian survei.

DAFTAR PUSTAKA

[1] F.Buttle, *Customer Relationship Management*, Malang: Bayumedia, 2007.

[2] M. P. Jogiyanto HM., *Analisis & Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*, Yogyakarta : Andi, 2005.

[3] Adrian Payne, Pennie Frow, "*A Strategic Framework for Customer Relationship Management", Journal of Marketing*, Vol.69,167-178, Oktober 2005.

[4] Kusmara Jiwantara, Agung Sutrioso, dan Johan S. C. Neyland, "Penerapan Metode Servqual Untuk Evaluasi dan Perbaikan Kualitas pelayanan pada kegiatan penyuluhan bahasa Indonesia Praktis di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara", *Jurnal Online Poros Teknik Mesin Unsrat*, Vol.2, No.1, 2013

[5] Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Statisfaction Edisi 3*, Yogyakarta : Andi Pubisher, 2011.

[6] Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*), Bandung : Alfabeta, 2014.

[7] Dwi Suharyanta, Qurrota A'yunin, "Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode *Service Quality (SERVQUAL) Fuzzy* di Instalasi Radiologi Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Panembahan Senopati Bantul", *KESMAS*, Vol. 7, No, 1, Maret.

[8] Prasetyaningsih, Ani, et al, *Standar Pelayanan Minimal Balai Kesehatn Olahraga Masyarakat (BKOM)*, Jakarta : Kemkes, 2010.