

UPAYA PENINGKATAN KUANTITAS SERVIS MOBIL PADA DILER DI PT. SEJAHTERA BUANA TRADA MENGGUNAKAN ELECTRONIC-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)

Muflih Rabbani¹⁾, Wendi Usino²⁾

Program studi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail : muflihrabbani@gmail.com¹⁾, wendi.usino@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

PT. Sejahtera Buana Trada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yang memberikan pelayanan berupa penjualan mobil, jasa servis dan penggantian suku cadang mobil Suzuki. Perusahaan mengalami penurunan kuantitas pelayanan kendaraan pelanggan yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti pelanggan merasa tidak diperhatikan secara personal yang disebabkan oleh penyebaran informasi promo tidak merata atau maksimal dan tidak adanya pengingat servis secara berkala, tidak adanya kejelasan durasi waktu selesai yang menyebabkan pelanggan tidak puas, pelanggan juga tidak dapat memberikan penilaian ke teknisi terhadap hasil servis yang dapat digunakan perusahaan sebagai pengukuran kinerja teknisi dan tidak adanya informasi perkembangan pengajuan komplain kepada pelanggan. Berdasarkan masalah tersebut, maka perlu adanya pembuatan rancangan sistem berbasis web dengan konsep Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah tersebut serta memaksimalkan hubungan pelanggan dengan perusahaan. Hasil penelitian ini berupa analisa dan perancangan berbasis website, use case diagram, sequence diagram dan prototype yang mendukung rancangan interface antara sistem dengan pengguna. Dengan analisa dan perancangan sistem informasi ini, diharapkan PT. Sejahtera Buana Trada dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang telah ada sehingga dapat meningkatkan kuantitas pelayanan servis kendaraan (mobil).

Kata kunci: *electronic customer relationship management, e-CRM, suku cadang, servis*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membawa dampak dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam persaingan bisnis. Perusahaan seakan dituntut untuk terus mengembangkan teknologi informasi di perusahaannya supaya memiliki nilai dan daya saing agar lebih unggul dari pesaingnya.

Dengan berkembangnya suatu perusahaan dan bertambah luasnya wilayah usaha, maka konsumen dari perusahaan pun bertambah banyak. Untuk menjaga hubungan baik dari setiap pelanggannya, maka perusahaan menggunakan strategi *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). E-CRM adalah salah satu teknik bagi perusahaan yang dilakukan secara *online* untuk mempererat hubungan antara perusahaan dengan para konsumennya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mendapatkan loyalitas dari para konsumennya (Warrington, *et al.*, 2007)[1]. Hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam mempertahankan pelanggan.

PT. Sejahtera Buana Trada merupakan anak perusahaan di bidang penjualan mobil yang di dalamnya mencakup perbaikan, pemeliharaan (*maintenance*) atau perawatan (*service*), penjualan suku cadang (*spareparts*) dari PT. Suzuki Indomobil Sales. Perusahaan ini menangani berbagai permintaan pelanggan dengan berbagai kebutuhan yang berbeda

sesuai dengan permasalahan kendaraan yang dikeluhkan pelanggan.

Persaingan bisnis dewasa ini tidak hanya bertumpu pada kualitas produk, melainkan lebih pada kualitas layanan, yang lebih mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun, tidak berarti produk atau jasa yang ditawarkan tidak bermutu. Di dalam memberikan kualitas layanan yang baik, perusahaan dituntut untuk membangun suatu hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, sehingga perusahaan mengetahui banyak hal mengenai pelanggannya.

Dengan penerapan konsep *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM), diharapkan akan terjalin relasi yang lebih kuat di antara perusahaan dan pelanggan serta loyalitas pelanggan dapat terbangun. Pelanggan yang setia merupakan cermin dari kepuasan pelanggan dan berdampak kepada kesetiaan pelanggan kepada perusahaan. selain meningkatkan hubungan yang lebih kuat diantara perusahaan dengan pelanggan lama, dengan E-CRM juga akan membantu divisi pemasaran untuk melakukan komunikasi pada calon pelanggan, maka dari itu untuk meningkatkan pendapatan dan memberdayakan hubungan dengan pelanggan sehingga terciptanya kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

Gambar 2. Fishbone Diagram

Uraian :

1) Informasi

Belum maksimalnya penyebaran informasi mengenai promosi yang dilakukan dan tidak adanya pengingat servis sehingga pelanggan tidak diperhatikan secara personal..

2) Proses

Pelayanan servis tidak ada kejelasan durasi waktu selesai sehingga pelanggan tidak mendapatkan kepuasan.

3) Prosedur

Tidak adanya fasilitas informasi perkembangan dalam pengajuan komplain yang berakibat pelanggan merasa diabaikan dalam penanganannya.

4) manusia

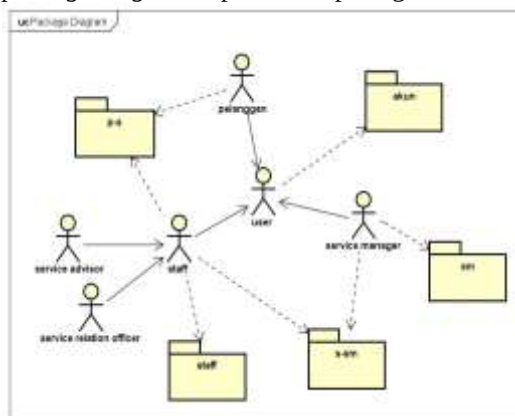
Apabila hasil servis buruk, pelanggan tidak dapat menilai kinerja teknisi yang bermanfaat terhadap perusahaan agar dapat mengukur kinerja teknisi tersebut.

3.3. Use Case Diagram

Use case diagram merupakan deskripsi dari sebuah sistem dari perspektif pengguna atau user. Berdasarkan analisa dan kebutuhan, maka dapat dimodelkan dengan use case diagram.

1) Package Diagram

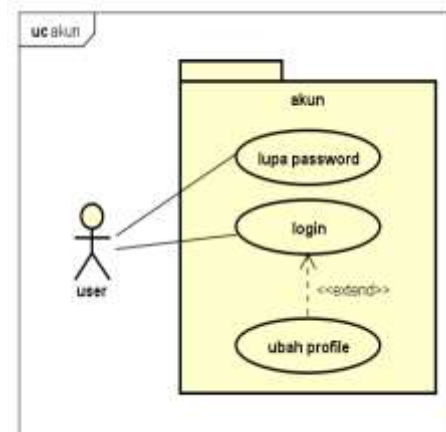
Pada package diagram terdapat beberapa user seperti, Pelanggan, Service Advisor, Service Relation Officer dan Service Manager. Dan ada beberapa package seperti package akun, package sm, package s-sm, package staff, dan package p-s. Penggambaran dari use case package diagram dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Package Diagram

2) Use Case Diagram Package Akun

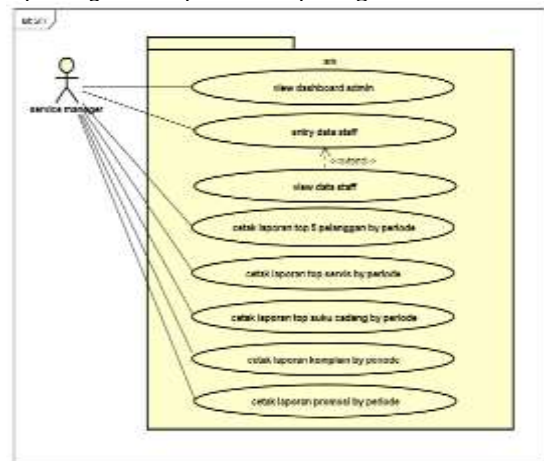
Pada use case diagram package akun, user dapat login, lupa password, dan ubah profile. Penggambaran dari use case diagram package akun dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Use Case Diagram Package Account

3) Use Case Diagram Package sm

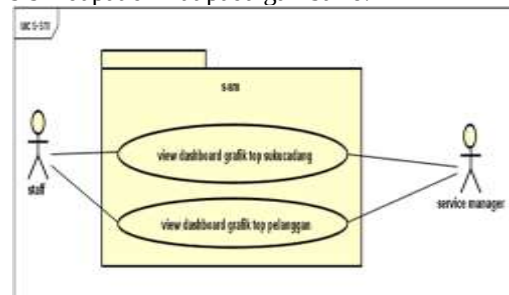
Pada use case diagram package sm, service manager dapat entry data staff and mencetak laporan. Penggambaran dari use case diagram package sm dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Use Case Diagram Package sm

4) Use Case Diagram Package s-sm

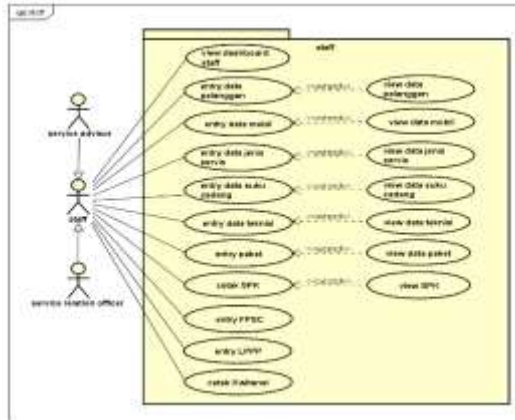
Pada use case diagram package s-sm, staff dan service manager dapat melihat View Dashboard Grafik Top Suku Cadang dan View Dashboard Grafik Top Pelanggan. Penggambaran dari use case diagram package s-sm dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram s-sm

5) Use Case Diagram Package staff

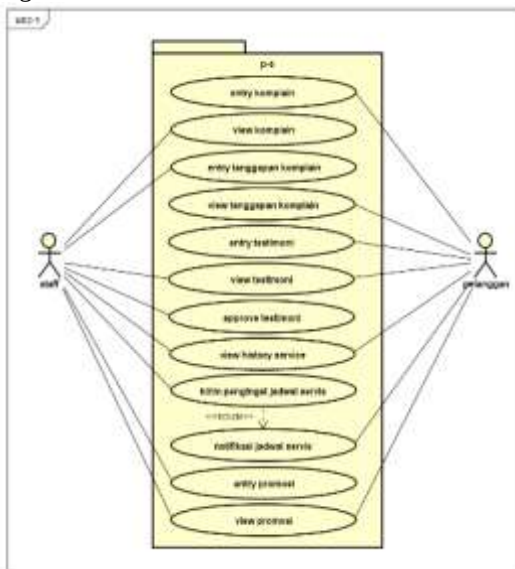
Pada use case diagram package staff, service advisor dan service relation officer memiliki hak akses yang sama. Penggambaran dari use case diagram package staff dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Package staff

6) Use Case Diagram Package p-s

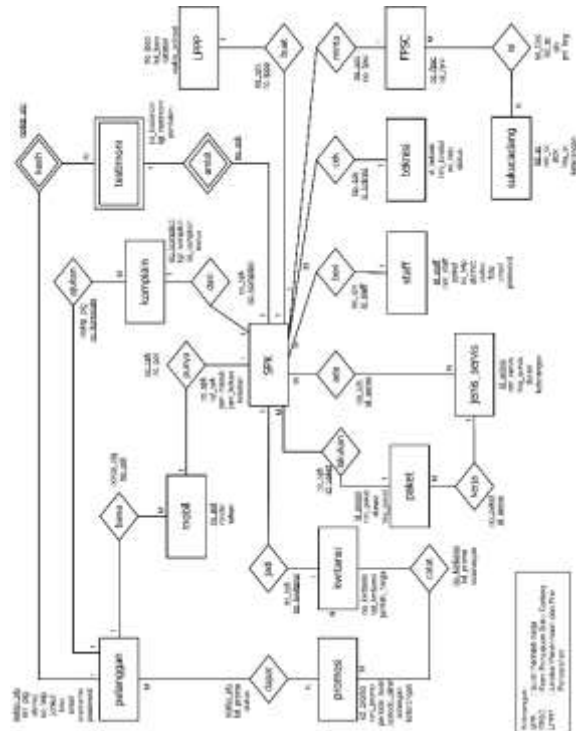
Pada Package Pelanggan-Staff terdiri dari dari Use Case Entry Komplain, View Komplain, Entry Tanggapan Komplain, View Tanggapan Komplain, Entry Testimoni, View Testimoni, Approve Testimoni, View history servis, Entry Promosi, View Promosi dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Use Case Diagram Package p-s

3.4. Entity Relationship Diagram (ERD)

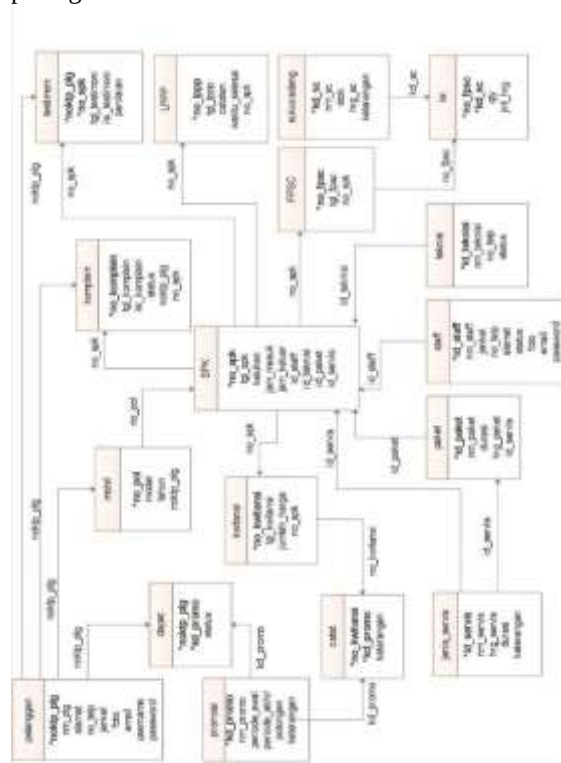
“Entity Relationship Diagram adalah model data untuk menggambarkan hubungan antara suatu entitas dengan entitas lainnya yang mempunyai relasi (hubungan) dengan batasan-batasan” [3]. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan maka didapat sebuah entity relationship diagram seperti pada gambar 9.



Gambar 9. Entity Relationship Diagram

3.5. Class Diagram

Class diagram merupakan hubungan antar kelas dan penjelasan detail dari tiap-tiap kelas yang ada didalam model dari suatu sistem, memperlihatkan aturan-aturan dan tanggung jawab dari sebuah entitas yang menunjukan perilaku dari sebuah sistem. Penggambaran Class diagram tersebut dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 10. Class Diagram

Pada halaman ini *staff* menanggapi komplain dari pelanggan dan mengisi tanggapan. Tampilan *page entry* tanggapan komplain dapat dilihat pada gambar 17.



Gambar 17. Rancangan Tampilan Entry Tanggapan Komplain

g. Tampilan Page Testimoni

Pada halaman ini pelanggan dapat melihat testimoni dari pelanggan lain terhadap teknisi. Tampilan *page* testimoni dapat dilihat pada gambar 18.



Gambar 18. Rancangan Tampilan Testimoni

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan pada PT. Sejahtera Buana Trada, maka dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Pada PT. Sejahtera Buana Trada terdapat 4 kategori yang dapat menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan yaitu, kategori proses, prosedur, informasi dan manusia.
2. Pada kategori proses, penyebab menurunnya kuantitas pelayanan kendaraan pelanggan adalah tidak adanya durasi waktu yang jelas dalam pelayanan servis sehingga menyebabkan keterlambatan penyelesaian servis mobil pelanggan maka perlu ditambahkan durasi waktu pada setiap jenis servis dengan adanya durasi waktu servis baik pelanggan maupun mekanik dapat mengetahui berapa lama waktu servis yang dibutuhkan untuk penyelesaian servis.
3. Pada kategori prosedur, penyebab menurunnya kuantitas pelayanan kendaraan pelanggan adalah komplain yang diajukan pelanggan tidak mendapatkan kejelasan dan informasi perkembangan dalam pengajuan komplain sehingga menyebabkan pelanggan merasa diabaikan dalam penanganan komplainnya atas masalah itu maka dibuatkan *entry* komplain yang dapat digunakan pelanggan untuk menyampaikan perihal komplain yang disampaikan kepada perusahaan, serta terdapat

status komplain sehingga pelanggan dapat melihat perkembangan komplain yang diajukan.

4. Pada kategori informasi, penyebab menurunnya kuantitas pelayanan kendaraan pelanggan adalah perusahaan belum maksimal dalam menyebarkan informasi promo sehingga pelanggan tidak mengetahui informasi promosi yang diadakan dan tidak adanya pengingat servis sehingga pelanggan yang pernah melakukan servis di PT. Sejahtera Buana Trada merasa tidak diperhatikan secara *personal* atas dasar masalah itu maka dibuatkan *entry* promosi yang dapat menyebarkan promo yang diadakan kepada pelanggan dan pengingat jadwal servis yang digunakan untuk mengingatkan pelanggan yang pernah melakukan servis sehingga pelanggan dapat mengetahui kapan waktu yang tepat untuk melakukan servis kembali.
5. Pada kategori manusia, penyebab menurunnya kuantitas pelayanan kendaraan pelanggan adalah tidak adanya fasilitas testimoni yang tertuju langsung terhadap teknisi ketika pelanggan merasa kecewa dengan hasil servis mobil yang diberikan sehingga perusahaan dapat mengukur dan mengevaluasi kinerjanya terhadap pelanggan berdasarkan testimoni pelanggan, atas dasar kebutuhan ini maka perlu dibuat fasilitas *entry* testimoni bagi pelanggan sehingga pelanggan dapat memberikan testimoni atas pelayanan yang telah dirasakan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Warrington, P.T., E., Feinberg, & de Ruyter, K. (2007). *Multi-channel retailing and customer satisfaction: Implications for e-CRM*. *International Journal of E-Business Research*.
- [2] Tunggal, Amin Widjaja 2012, *Dasar-Dasar Intefrated Supply Chain Management*. Jakarta : Harvarindo.
- [3] Yakub 2012, *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta :Graha Ilmu.
- [4] Saeger, A. de, & Feys, B. (2015). *The Ishikawa Diagram: Identify problems and take action* (First Edit).
- [5] Fjermestad, J., & Jr, N. C. R. (2015). *Electronic Customer Relationship Management*. New York: Routledge.