

## PENERAPAN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN AHASS SINAR MAKMUR SENTOSA PADA DIVISI PERAWATAN MOTOR (H2)

Harish Zhafar<sup>1)</sup>, Bullion Dragon Andah<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

<sup>2</sup>Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : [harishzhafar0401@gmail.com](mailto:harishzhafar0401@gmail.com)<sup>1)</sup>, [bullion.dragon@budiluhur.ac.id](mailto:bullion.dragon@budiluhur.ac.id)<sup>2)</sup>

### Abstrak

Situasi persaingan bisnis perusahaan saat ini sudah mulai memanfaatkan teknologi informasi sebagai indikator untuk memuaskan pelanggan serta mempertahankan pelanggan yang setia. Kebanyakan perusahaan tidak hanya memilih untuk memuaskan kebutuhan pelanggan tetapi sudah membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan agar menjaga loyalitas pelanggan. Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu hal yang tepat bagi perusahaan untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggannya. AHASS Sinar Makmur Sentosa merupakan bidang jasa perusahaan yang memiliki divisi pelayanan perawatan motor atau service pada bengkel dan divisi penjualan suku cadang atau sparepart. Beberapa kendala ditemukan pada divisi perawatan motor terkait loyalitas dan kepuasan pelanggan. Mulai dari penanganan keluhan yang belum optimal, sulit mengetahui feedback pelanggan mengenai kinerja pelayanan, belum adanya informasi riwayat perawatan motor atau history service hingga penyampaian informasi promo yang kurang efektif bagi pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan sistem Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) berbasis website yang menyediakan interface antara pelanggan dengan pihak bengkel AHASS Sinar Makmur Sentosa untuk menyelesaikan permasalahan yang ada sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** *Electronic Customer Relationship Management*, kepuasan dan loyalitas pelanggan

### 1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan lingkungan ekonomi yang cepat berubah ini diikuti dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, dimana teknologi saat ini telah memainkan peran penting dalam persaingan bisnis. Kebanyakan perusahaan tidak hanya memilih untuk memuaskan kebutuhan pelanggan tetapi sudah membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kondisi ini jelas mengharuskan manajemen perusahaan melakukan langkah baru untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu hal yang tepat bagi perusahaan untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggannya. CRM mendukung perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara real time dan menjalin hubungan dengan setiap pelanggan melalui penggunaan informasi milik pelanggan.

AHASS Sinar Makmur Sentosa adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan servis dan penjualan spare part motor Honda. Perusahaan yang berdirinya sejak tahun 1997 ini sudah melayani berbagai macam pelanggan dengan berbagai kebutuhan yang berbeda. Namun masih banyak terdapat kekurangan dan permasalahan khususnya pada divisi layanan servis motor yang

terlihat dari adanya penurunan loyalitas pelanggan. AHASS Sinar Makmur Sentosa sendiri juga masih sulit mengetahui penilaian dari pelanggan atas pelayanan servis yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan. Selain itu, penanganan keluhan pelanggan yang belum maksimal sehingga banyaknya keluhan pelanggan yang merasa tidak puas diabaikan. Penyebab lainnya adalah belum ada informasi atau reminder bagi pelanggan untuk melakukan servis motornya tepat pada waktu yang diharuskan serta penyampaian informasi promo terbaru yang bisa didapatkan oleh pelanggan langsung secara personal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibutuhkan suatu sistem yang dinamakan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) berbasis website. E-CRM memiliki kemampuan dengan memanfaatkan informasi yang ada pada sistem yang sudah berjalan untuk membantu pihak manajemen perusahaan mengetahui dan mengelola semua pengetahuan dan kebutuhan pelanggan secara personal sehingga diharapkan dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Tujuan dan manfaat dari penulisan penelitian ini adalah membuat sebuah rancangan sistem Electronic Customer Relationship Management berbasis website yang diharapkan dapat menjawab semua permasalahan yang ditemukan penulis selama

melakukan riset. Diharapkan juga dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

**2. METODE PENELITIAN**

**2.1. Tahapan Penelitian**

Dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di AHASS Sinar Makmur Sentosa, penulis melakukan beberapa dalam identifikasi kebutuhan, diantaranya:

- a. Memahami masalah merupakan tahapan inialisasi dari pelaksanaan penelitian terhadap permasalahan yang dihadapi oleh AHASS Sinar Makmur Sentosa. Setelah hasil identifikasi masalah didapat, hasil tersebut kemudian digambarkan dengan *fishbone* diagram yang berisikan sebab akibat dari permasalahan yang terjadi.
- b. Hasil identifikasi masalah pada proses bisnis berjalandigambarkan dengan *fishbone* diagram, dimana pada diagram tersebut akan memperlihatkan sebab serta akibat terjadinya masalah.
- c. Menganalisa proses bisnis berjalan, mengidentifikasi masalah berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumen yang berkaitan, yang kemudian digambarkan ke dalam *rich picture* atau *use case diagram*.
- d. Hasil identifikasi kebutuhan digambarkan dengan menggunakan model data *use case diagram* dan *activity diagram*.
- e. Menggambarkan model sistem dengan Entity Relationship Management (ERD) kemudian ditransformasi menjadi Logical Record Structure (LRS).
- f. Membuat rancangan sistem dengan membuatan prototype sistem E-CRM.

**2.2. Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan permasalahan yang sudah diidentifikasi di AHASS Sinar Makmur Sentosa, penulis menggunakan pendekatan-pendekatan dengan konsep *Customer Relationship Management* untuk melakukan pengumpulan data agar dapat memperoleh keterangan yang pasti dari sistem berjalan saat ini:

- a. Observasi  
Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap proses bisnis yang sedang berjalan di AHASS Sinar Makmur Sentosa.
- b. Wawancara  
Pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan mengajukan beberapa

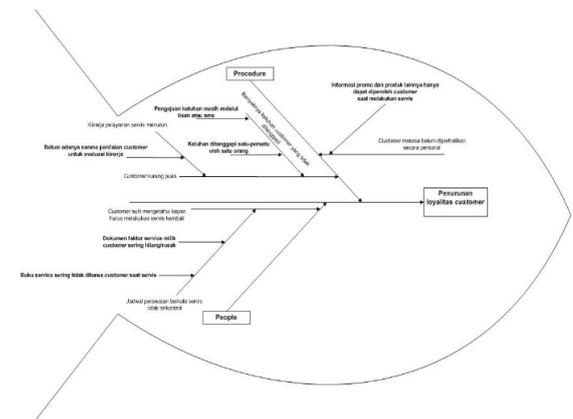
pertanyaan mengenai proses bisnis yang sedang berjalan kepada staff atau kepala bagian perusahaan terkait.

- c. Analisa dokumen  
Melakukan pengumpulan data dan informasi yang jelas berdasarkan analisa dokumen berjalan yang baik agar sesuai dengan kebutuhan sistem.
- d. Studi kepustakaan  
Mencari dukungan fakta, informasi serta teori-teori agar dapat memperkuat penelitian yang semakin jelas arah dan bentuknya berdasarkan permasalahan yang sesuai.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Permasalahan**

Menurut Saeger & Feys Diagram ishikawa adalah diagram yang dapat digunakan dalam mengidentifikasi sebab dan akibat atau efek dari suatu masalah.[1]



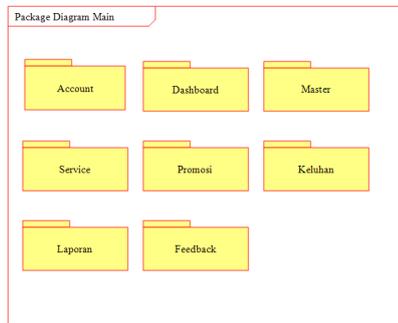
Gambar 1. Fishbone Diagram

Berikut penjelasan gambar 1:

- 1. Faktor *Procedure*  
Banyaknya keluhan pelanggan yang tidak ditanggapi atau diabaikan serta *customer* masih tidak dapat memberikan penilaian terhadap kinerja pelayanan servis sehingga pelanggan tidak puas. Selain itu, *customer* perlu diperlakukan secara personal sehingga informasi produk ataupun promo dapat diketahui *customer* langsung.
- 2. Faktor *People*  
Tidak sedikit pelanggan yang ingin selalu diperhatikan oleh pihak bengkel, dimana penurunan loyalitas terlihat dari aktifitas servis yang berkurang. Ini disebabkan salah satunya dokumen milik customer yaitu faktur *service* dan buku *service* yang masih sering hilang atau rusak sehingga jadwal perawatan servis tidak terkontrol dan *customer* pun tidak mengingat kapan harus melakukan servis motornya kembali.

3.2. Analisa Masalah Usulan

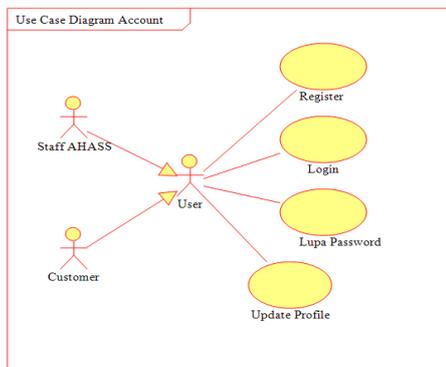
a. Package Diagram



Gambar 2. Package Diagram Main

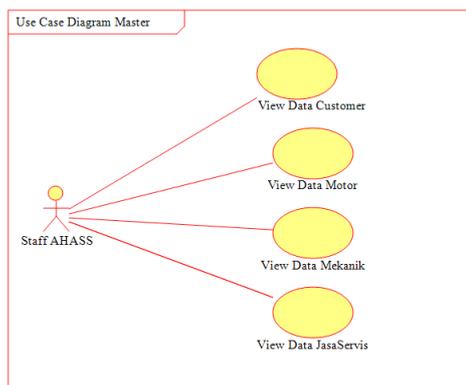
b. Use Case Diagram

a. Use Case Diagram Package Account



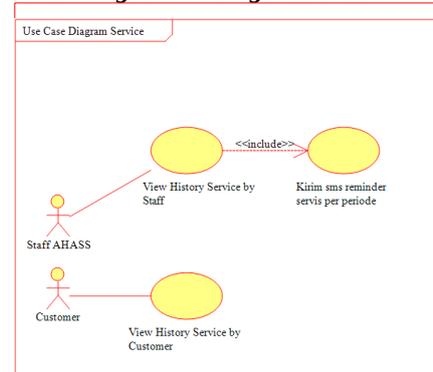
Gambar 3. Use Case Diagram Package Account

b. Use Case Diagram Package Master



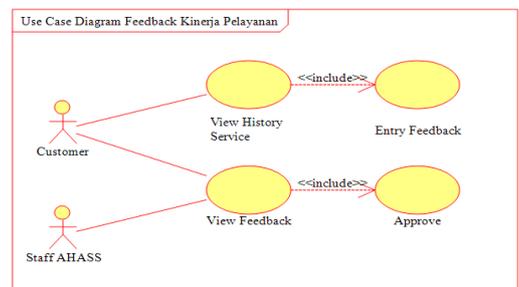
Gambar 4. Use Case Diagram Package Master

c. Use Case Diagram Package Service



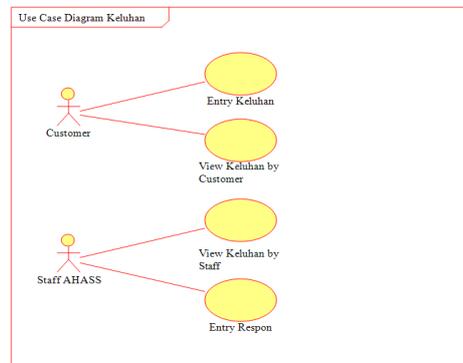
Gambar 5. Use Case Diagram Package Service

d. Use Case Diagram Package Feedback



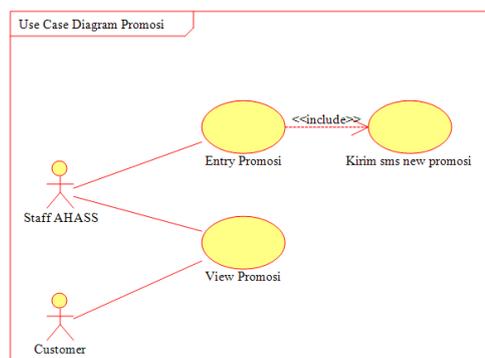
Gambar 6. Use Case Diagram Package Keluhan

e. Use Case Diagram Package Keluhan



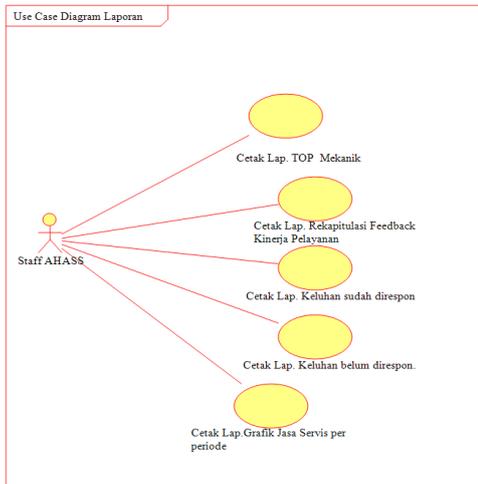
Gambar 7. Use Case Diagram Package Keluhan

f. Use Case Diagram Package Promosi



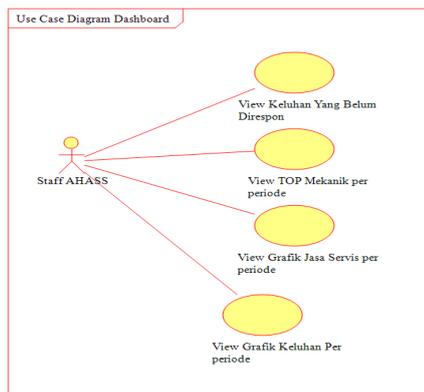
Gambar 8. Use Case Diagram Package Promosi

**g. Use Case Diagram Package Laporan**



Gambar 9. Use Case Diagram Package Laporan

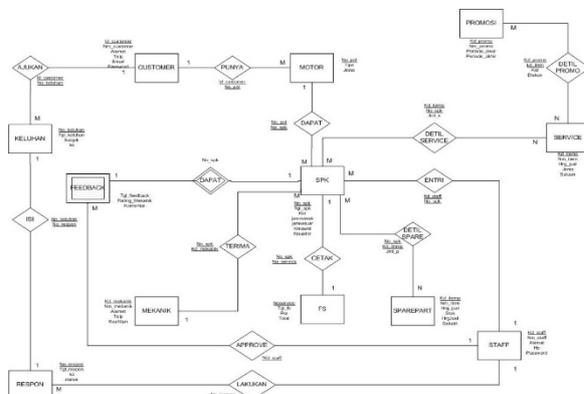
**h. Use Case Diagram Package Dashboard**



Gambar 10. Use Case Diagram Package Dashboard

**3.3. ERD**

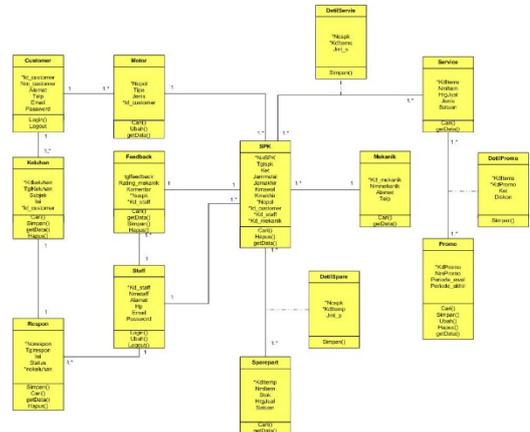
(Entity Relationship Diagram), digunakan untuk menggambarkan hubungan antara entitas atau data penyimpanan yang ada, dan bukan menggambarkan proses yang terjadi [2].



Gambar 11. ERD

**3.4. Class Diagram**

Class Diagram merupakan metode Analisis yang memeriksa requirement yang harus dipenuhi sebuah sistem dari sudut pandang kelas-kelas dan objek - objek yang ditemui dalam ruang lingkup perusahaan. [3]

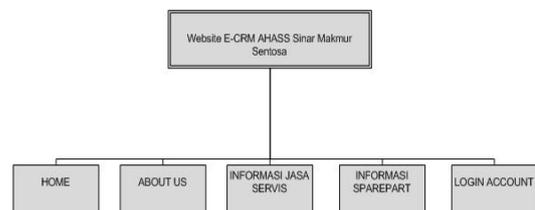


Gambar 12. Class Diagram

**3.5. Design GUI**

**a. Struktur Menu**

Berikut adalah struktur tampilan menu dari rancangan sistem usulan web AHASS Sinar Makmur Sentosa dengan konsep *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* :



Gambar 13. Struktur Menu Utama

**b. Rancangan Layar**

**1. Rancangan Layar Login**



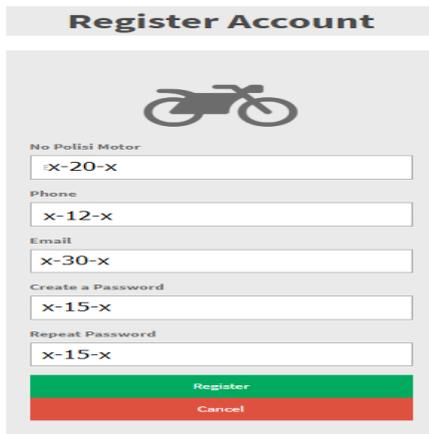
Gambar 14. Rancangan Layar Login

**2. Racangan Layar Lupa Password**



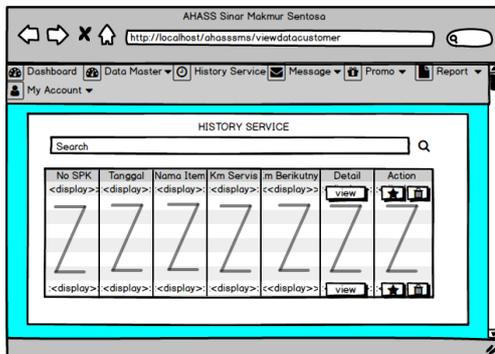
Gambar 15. Rancangan Layar Lupa Password

### 3. Rancangan Layar Register Account



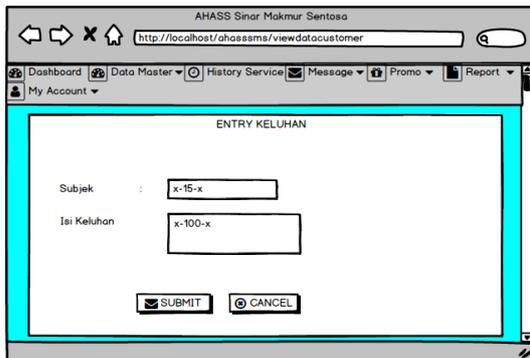
Gambar 16. Rancangan Layar Register Account

### 4. Rancangan Layar View History Service



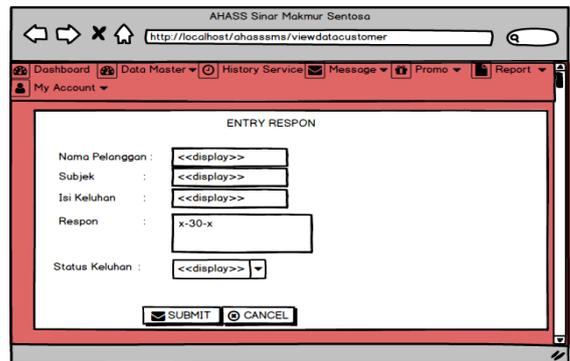
Gambar 17. Rancangan Layar View History Service

### 5. Rancangan Layar Entry Keluhan



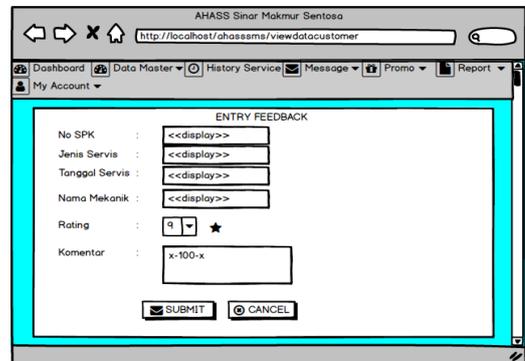
Gambar 18. Rancangan Layar Entry Keluhan

### 6. Rancangan Layar Entry Respon



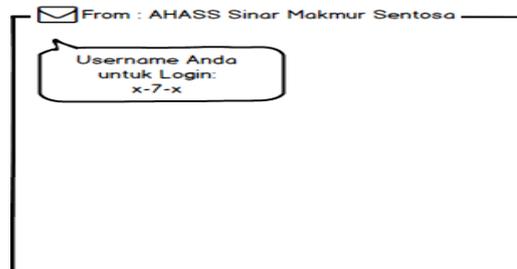
Gambar 19. Rancangan Layar Entry Respon

### 7. Rancangan Layar Entry Feedback



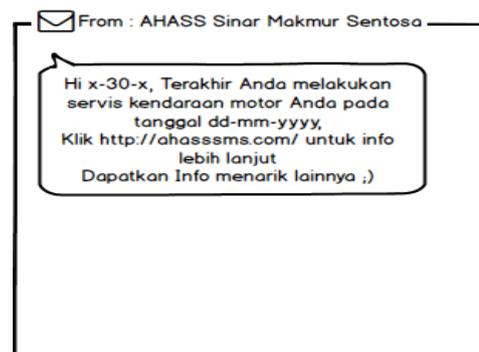
Gambar 20. Rancangan Layar Entry Feedback

### 8. Rancangan Keluaran SMS Register Username



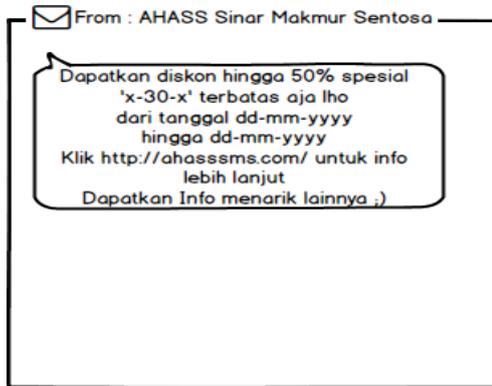
Gambar 21. Rancangan Keluaran SMS Register Username

### 9. Rancangan Keluaran SMS Reminder



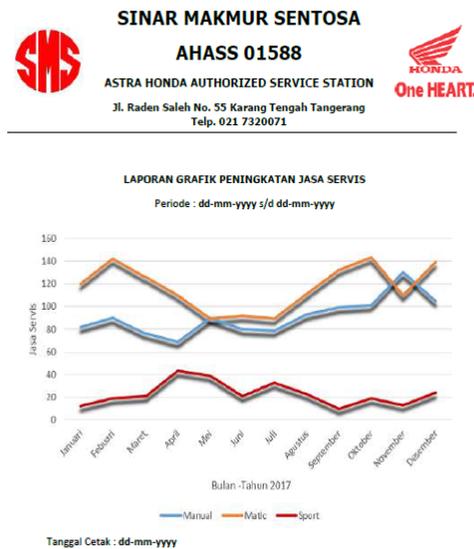
Gambar 22. Rancangan Keluaran SMS Reminder

10. Rancangan Keluaran SMS New Promo



Gambar 23. Rancangan Keluaran SMS New Promo

11. Rancangan Keluaran Laporan Grafik Jasa Servis



Gambar 24. Rancangan Keluaran Laporan Grafik Jasa Servis

4. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan pada AHASS Sinar Makmur Sentosa, maka penulis dapat menarik kesimpulan dengan beberapa poin sebagai berikut:

- a. Penanganan keluhan yang tidak optimal dikarenakan belum adanya sarana yang tepat bagi pelanggan ataupun pihak penerima keluhan yaitu staff. Ketidakpuasan pelanggan dapat mengakibatkan penurunan loyalitas serta kepercayaan pelanggan. Untuk itu diharapkan dengan adanya fitur entry keluhan bagi pelanggan dan fitur entry respon bagi staff bengkel AHASS Sinar Makmurs Sentosa dapat

meningkatkan layanan yang baik dalam menangani keluhan. Staff juga memiliki sebuah dashboard agar semua keluhan yang masuk dapat dilihat setiap saat.

- b. Sulitnya mengetahui *feedback* dari pelanggan atas kinerja pelayanan servis motor khususnya untuk bagian teknisi/mekanik, sehingga evaluasi kerja masih kurang atau tidak ada inovasi strategi untuk menarik perhatian pelanggan ataupun calon pelanggan. Selain itu tentunya diharapkan juga dapat meningkatkan pelanggan yang setia. Solusi yang diberikan adalah fitur *entry feedback* atas kinerja pelayanan setiap pelanggan melakukan perawatan motornya
- c. Penyampaian informasi promo terbaru yang masih kurang efektif dan efisien bagi pelanggan yang ingin diperlakukan lebih secara personal. Maka dari itu dibuatkan notifikasi berupa sms tentang promo yang ditawarkan ke pelanggan. Notifikasi tentang promosi ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi promo ke pelanggan. Sms tersebut dapat dikirimkan secara otomatis tanpa harus mengisi nomor atau *contact* milik pelanggan.
- d. Faktor servis milik pelanggan sering hilang atau rusak serta buku servis sering tidak dibawa saat melakukan servis di bengkel AHASS, sehingga tidak sedikitnya pelanggan yang lupa kapan terakhir atau sudah berapa kali melakukan servis dalam rentan waktu tertentu. Fitur informasi *history service* diharapkan dapat mempermudah pelanggan untuk mengetahui kapan harus melakukan servis motor kembali. Selain itu, adanya fitur SMS *reminder* untuk mendukung fitur *history service* agar lebih optimal.

5.2 Saran

Saran-saran penulis mengenai peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

- a. Diperlukan *training* bagi staff dalam menggunakan sistem E –CRM agar hasil yang diharapkan lebih optimal .
- b. Rancangan sistem E-CRM yang dibuat dapat dikembangkan lebih lanjut oleh pihak bengkel AHASS Sinar Makmur Sentosa untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- c. Diharapkan pihak bengkel AHASS Sinar Makmur Sentosa dapat menampilkan informasi-informasi yang diusulkan sesuai kebutuhan pelanggan.

5. DAFTAR PUSTAKA

[1] Saeger, A. de, Feys, B, 2015, *The Ishikawa Diagram: Identify problems and take action* (First Edit)

- [2] Rosa, A.S., and M. Shalahuddin. *Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak (Terstruktur dan Berorientasi Obyek)*. Bandung: Modula, 2011
- [3] Sugiarti, Y, 2013, *Analisis & Perancangan UML (Unified Modeling Language) Generated VB.6*, Yogyakarta