Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Kualitas pelayanan pelanggan pada perusahaan berbasis customer relationship management (CRM). Ssebuah studi kasus pada call center 1M3 = Quality of customer service in a Customer Relationship Management (CRM) based company. A case study in the IM3 call center

Ika Wirastuti Handayani, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=74785&lokasi=lokal

---

Abstrak

Dalam sejarahnya, keberadaan pelanggan hampir selalu berada pada nomor sekian pada daftar prioritas perusahaan. Tapi kini keadaan sudah berbalik. Pelanggan telah mendapat prioritas yang memang seharusnya didapatkannya. Bahkan belakangan, berbagai lembaga dan perusahaan berlomba untuk memenangkan hati pelanggannya. Caranya beragam, mulai dari memberikan reward kepada pelanggan setia atau dengan pelayanan yang cepat dalam menanggapi keluhan pelanggannya. Dengan bantuan teknologi, pelayanan tersebut telah berangkat menuju tahap baru dalam paradigma melayani pelanggan. Semua ini tak lain karena pelanggan adalah sebuah aset yang bermanfaat untuk keberlangsungan sebuah lembaga atau perusahaan. Berawal dari fenomena tersebut, penelitian ini berangkat.

Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah sistem yang mengupayakan perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya. Sistem ini bukan hanya berupa konsep semata, pada perkembangan selanjutnya dibentuk sebuah aplikasi teknologi sebagai alai pendukung konsep CRM. Penelitian ini mencoba untuk menelaah bagaimana implementasi teknologi tersebut digabungkan dengan visi perusahaan terhadap pelanggannya.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang pelaksanaan sistem CRM dalam sebuah perusahaan operator seluler. Kemudian faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja sistem CRM. Selain itu tujuan penelitian ini juga untuk mengetahui dan menganalisis apakah dengan pemberlakuan sistem CRM dapat meningkatkan kualitas pelayanan di mata pelanggan melalui pelayanan yang diberikan oleh divisi pelayanan pelanggan mereka. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan sifat evaluatif. Dipilihnya metode deskriptif karena dengan cara deskriptif, peneliti dapat memberikan gambaran dengan jelas serta dapat memaparkan apa yang terjadi dari sebuah kondisi atau peristiwa yang ada. Selain itu, dengan pendeskripsian ini maka dapat pula melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik tertentu atau bidang tertentu secara cermat.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan menyukai dengan perlakuan yang pribadi. Mereka menghormati dan menghargai pihak perusahaan yang mencoba untuk melakukan hal tersebut. Upaya perusahaan dengan bantuan teknologi canggih tersebut sangat membantu pihak petugas dalam menjalankan tugas menghadapi pelanggan. Di sisi lain, bantuan teknologi tidak akan berarti tanpa adanya sentuhan manusia.

Kendala yang dihadapi selama pelaksanaan sistem lebih berupa kendala teknis, yaitu lambatnya sistem

internal yang menghambat kerja petugas dalam melayani pelanggan yang menelepon. Secara keseluruhan, perusahaan telah dinilai berhasil mengimplementasikan sistem apalagi dibantu dengan kenyataan implementasi ini dilaksanakan dari awal. Hal ini menyebabkan pembentukan mental dapat berlangsung dengan lancar.
<hr>The term customer has been taken for granted by the company for many years. But now, fortunately, things has turning into customer's benefit. The customer now has been re-known as a priority to the company as well as the officials, they even raced to win the customers share of hearts. The race is not always similar, it can be done by giving the loyal customer point reward or they just simply give the customer the best quality service. By means of technology, these efforts have taken the new phase of the term serving the customer. All of these, is because the customer is actually a valuable asset for the continuity of one company. Starting from that phenomenon, this study is made.

Customer Relationship Management (CRM) is a system that is used by the company in order to maintain their customer. This system is not only a concept, in the next phase it is later formulize into a sophisticated technology application as a tool to support the CRM concept. This study is trying to explore how the technology implementation can be combined with the company vision toward its customer.

The purpose of this study, however, is to identify and to analyze about the proceeding of the CRM system in cellular operator company. And then, to identify which factors that can intercept the systems work. Also to identify and analyze if the implementation of the system can lift the quality of customer service itself in the eye of the customer.

The methodology which is being used in this study is qualitative descriptive with the evaluative notion. The reason these methods is picked, is because by description, a researcher can give a vivid picture of some situation and also can give the vast observation of some event that is present during the research. Besides that, by means of description, we can construct systematically the facts of particular field.

The finding of this study is shown that the customer loved the personal treatment. They respect and appreciate the effort which is given by the company whom done that. The efforts involved high technology and it can help the officers whom in charge of dealing directly to the customer.

On the other hand, the technology is meaningless without the human touch. Nevertheless, people would always appreciate being answer to a real friendly voice instead of a machine. The obstacle that is being faced in the proceeding of the system is a technical, that is the internal system which cutting away the flow of service by the officers in answering to the customer. By large, the company has done a good job in implementing the system although its still need refinements here and there.