

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelanggan adalah seorang individu yang secara *continue* dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut (Rambat, 2006). Pelanggan merupakan target yang di gunakan perusahaan untuk menjual jasa atau produk yang mereka tawarkan. Biasanya keinginan dari customer berbagai macam mulai dari kebutuhan sehari - hari, perlengkapan jangka panjang, perlengkapan jangka pendek semua meliputi kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Dengan demikian, peran pelanggan sangatlah penting untuk memberikan umpan balik bagi perusahaan untuk mengetahui kualitas yang diinginkan pelanggan. “ Manajemen adalah berhubungan dengan pencapaian sesuatu tujuan yang dilakukan melalui dan dengan orang-orang lain” (Harold Koontz and Cyril O'Donnell, 1968). Manajemen pengetahuan merupakan pendekatan yang dilakukan untuk mengelola pengetahuan yang dimiliki oleh individu ataupun organisasi. Pengelolaan yang dimaksud adalah identifikasi, pencarian, penyimpanan, kolaborasi, proses, dan sebagainya yang memiliki tujuan tertentu seperti penciptaan sesuatu hal yang baru. Manajemen Pengetahuan atau Knowledge Management (KM) dimaksudkan untuk mewakili pendekatan terencana dan sistematis untuk menjamin penggunaan penuh dasar pengetahuan organisasi, ditambah keahlian, kompetensi, pemikiran, inovasi, dan ide individual potensial untuk menciptakan organisasi yang lebih efisien dan efektif.

Customer Knowledge Management (CKM) menurut Zhang (2011) dalam jurnal berjudul “ *Customer Knowledge Management and The Strategies of Social Software* ” adalah proses untuk menangkap, berbagi, menerapkan data, informasi, dan *knowledge* berhubungan dengan *customer* untuk manfaat perusahaan. CKM dipakai sebagai penunjang kegiatan bisnis dan meningkatkan

keuntungan kompetitif serta sebagai media komunikasi untuk dapat meningkatkan loyalitas *customer*. *Customer Knowledge Management* adalah Hubungan antara pelanggan dengan *knowledge management* yang dengan adanya pengetahuan yang didapatkan dari pengalaman ataupun informasi di berbagai media, dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan beberapa masalah pelanggan dan juga untuk meningkatkan pelayanan tanpa memakan waktu yang lama. *Customer Knowledge Management* bisa memberikan ruang bagi pelanggan untuk lebih berpartisipasi dalam pengembangan sebuah produk atau jasa yang di tawarkan. Sebagai mana contoh pada PT. Sinar Bhakti Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang general kontraktor yang merupakan suatu badan atau pun perusahaan yang menerima pekerjaan secara umum mau dari perencanaan ataupun sampai akhir, yang berhubungan dengan proyek kontruksi seperti bangunan atau lainnya. Dalam hal mendapatkan *customer*, PT. Sinar Bhakti Perkasa tidak memilih *customer* dalam partai besar sedang maupun kecil, mereka menerima semua *customer* dalam jenis apapun yang ingin menyewa jasa mereka. dalam kasus ini PT. Sinar Bhakti Perkasa ingin membuat sebuah ruang interaksi untuk *customer*, agar segala kritik dan saran yang didapat oleh *customer* bisa tersalurkan ke PT. Sinar Bhakti Perkasa, tidak hanya memberi kritik dan saran tetapi PT. Sinar Bhakti Perkasa mengajak *customer* dapat berperan aktif dalam pengembangan informasi tentang jasa penyewaan dari PT. Sinar Bhakti Perkasa sehingga dari segala komentar maupun saran yang didapat bisa menjadi nilai tambah untuk PT. Sinar Bhakti Perkasa sendiri dan pelanggan itu sendiri, agar kedepannya bisa terus menerus memperbaiki, serta berkembang lebih baik. selain itupun PT. Sinar Bhakti Perkasa ingin memperluas keberadaan mereka, agar setiap konsumen baik konsumen yang sudah menetap atau pun konsumen baru dapat mengetahui keberadaan mereka serta informasi - informasi yang berkaitan dengan jasa yang mereka tawarkan secara detail tanpa harus mengunjungi kantor mereka. oleh karena itu tercetuslah sebuah ide untuk membuatkan wadah ataupun media yang dapat membantu proses tersebut yaitu media website, dimana dengan media website ini diharapkan konsumen akan mendapatkan informasi terlebih dahulu, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap PT. Sinar Bhakti Perkasa.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang kami bahas dalam penulisan laporan skripsi ini adalah :

- Analisis Customer Knowledge Management pada PT. Sinar Bhakti Perkasa.
- Analisis dan Perancangan CKM pada service management dan complaint management.
- Identifikasi knowledge yang ada di dalam PT. Sinar Bhakti Perkasa.
- Analisis Knowlegde Management Cycle pada PT. Sinar Bhakti Perkasa.
- Analisis Knowledge Management Model pada PT. Sinar Bhakti Perkasa.
- Pembahasan “ Five Style of Customer Knowledge Management”.
- Design dan pembuatan website pada PT. Sinar Bhakti Perkasa.
- Analisis faktor kesuksesan Penerapan Customer Knowledge Management.
- Analisis kendala umum yang dihadapi dalam Menerapkan Customer Knowledge Management.

Ruang lingkup yang kami tidak bahas dalam penulisan laporan skripsi ini adalah :

- Tidak membahas security pada website.
- Tidak membahas system transaksi penyewaan online pada PT. Sinar Bhakti Perkasa.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

- Membuat aplikasi yang dapat membantu perusahaan dan customer dalam bidang Customer Knowledge Management.
- Untuk meningkatkan pemahaman perusahaan akan faktor kesuksesan penerapan Customer Knowledge Management.
- Untuk meningkatkan pemahaman perusahaan akan kendala dalam penerapan Customer Knowledge Management.

1.3.2 Manfaat

- Dapat memaksimalkan implementasi Customer Knowledge Management di berbagai bidang.
- Untuk membuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan lebih erat.
- Untuk mempermudah perusahaan mengetahui keinginan dan keluhan dari pelanggan.
- Untuk penerapan Customer Knowledge Management berjalan lancar dan sukses.

1.4 Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi :

1.4.1 Metodologi Study Pustaka

Tujuan dari metode studi pustaka ini adalah untuk mencari, mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam kegiatan ini dengan mencari referensi dari buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan.

1.4.1.1 Metode Online Searching

Pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan mencari data yang beredar di dunia internet seperti *e-journal*, web dan *e-book* lainnya yang berkaitan dengan topik yang diangkat.

1.4.2 Metode Proses *Design*

Metode proses *design* yang kami gunakan dalam penulisan skripsi ini

a. **The cho model of knowledge management**

Menurut Choo (1998) dalam Buku Knowledge Management in Theory and Practice (2011, pp. 73-76), *The Choo Model KM* berfokus pada bagaimana unsur-unsur informasi yang sudah dipilih atau ditetapkan kemudian dimasukkan ke dalam tindakan organisasi. Tindakan organisasi ini diperoleh dari hasil analisa dan penyerapan informasi dari lingkungan eksternal ke dalam setiap siklus dalam perusahaan secara berturut-turut. Pada setiap siklus seperti, pembuatan keputusan, penciptaan pengetahuan, dan pengambilan keputusan didasarkan atau dipengaruhi oleh pihak eksternal.

b. **Five basic styles of CKM : Communities of Creation**

Menurut Gebert et al (2003) yang dikutip oleh (Al-Shammari, Customer Knowledge Management, 2009, p. 228) terdapat lima cara atau gaya dalam CKM yang berasal dari hubungan antara perusahaan dan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- *Prosumerism*
- *Team-based co-learning*
- *Mutual innovation*
- *Communities of creation*
- *Joint intellectual property*

Pada pembuatan skripsi ini kami menggunakan *Style Of CKM : Communities of creation* yang di mana perusahaan mengatur pelanggan kedalam kelompok yang memiliki pengetahuan sama dan mendorong agar saling berinteraksi untuk menghasilkan pengetahuan baru. Kelompok ini harus bekerja sama, dan mempunyai keinginan untuk menciptakan serta berbagi pengetahuan.

1.4.3 Metodologi Pengembangan Sistem

System Development Life Cycle adalah kerangka kerja terstruktur yang berisi tahapan perintah untuk mencapai suatu tujuan. *System Development Life Cycle* merupakan siklus sistem dengan metode tradisional yang digunakan banyak organisasi. (R. Kelly, Jr. Rainer, Efraim Turban, Richard E.

Potter, 2006). Proses-proses standard yang digunakan untuk membangun suatu sistem informasi meliputi langkah-langkah berikut ini:

- Analisis.
- Perancangan.
- Penerapan.
- Pemeliharaan.

1.4.2.1 Metode Analisis dan perancangan

Perancangan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode pendekatan Analisis dan Perancangan Berorientasi Objek (*Object Oriented Analysis and Design / OOAD*) melalui pendekatan *Unified Modelling Language*. Menurut pendekatan teori dari Satzinger, Jackson dan Brud. Menurut Satzinger (2010), *Unified Modeling Language (UML)* merupakan suatu set standar konstruksi model dan notasi dikembangkan secara khusus untuk pengembangan berorientasi objek. Jadi kesimpulan dari pengertian *UML Activity Diagram* adalah sebuah model yang menyerupai *flowchart* horizontal yang menunjukkan urutan tindakan yang merekam sebuah alur proses dan hasil dari tindakan tersebut.

1.4.4 Metode Pengumpulan Data

a. Studi Lapangan

Mengamati secara langsung ataupun tidak langsung proses kegiatan pada setiap bagian yang berhubungan dalam penelitian ini. Yaitu dengan mencatat hal-hal, perilaku, pertumbuhan, dan sebagainya, sewaktu kejadian tersebut berlaku, atau sewaktu perilaku tersebut terjadi.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan melakukan tanya jawab langsung secara bertatap muka dengan pihak yang bersangkutan guna mendapatkan informasi yang di butuhkan.

c. Dokumen

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari perusahaan. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang kami gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memperjelas mengenai latar belakang yang dilakukan analisis dan perancangan *Customer Knowledge Management* (CKM) Khususnya perusahaan/organisasi. Permasalahan yang ada ,ruang lingkup yang membatasi pembahasan analisis ini, metodologi yang digunakan, serta tujuan dan manfaat .

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini memperjelaskan tentang teori –teori yang pemecahan masalah yang ada pada perusahaan /organisasi dan teori tersebut yang dapat menunjang penulisan skripsi ini.

BAB III : ANALISIS SISTEM YANG BERJALAN

Pada bab ini di uraikan mengenai struktur perusahaan/ organisasi, mengenali masalah dalam perusahaan/organisasi, dan pemecahan masalah dalam perusahaan/ organisasi yang sedang berjalan kami.

BAB IV : ANALISIS DAN BAHASAN

Pada bab ini di uraikan mengenai rancangan system *Customer Knowledge Management* (CKM) yang kami usulkan untuk PT. Sinar Bhakti Perkasa dan di harapkan sistem tersebut dapat membantu proses yang terjadi di PT. Sinar Bhakti Perkasa terkait masalah operasi berbasis website mengenai CKM.

BAB V : SIMPULAN, SARAN DAN LIMITASI

Pada bab ini di uraikan mengenai simpulan dari sistem *Customer Knowledge Management* (CKM) pada PT. Sinar Bhakti Perkasa serta saran – saran guna pembangunan sistem *Customer Knowledge Management* (CKM) di waktu mendatang juga limitasi dari sistem *Customer Knowledge Management* (CKM) yang telah kami buat.