

**PENGUKURAN KINERJA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) MENGGUNAKAN METODE CRM SCORECARD PADA CV.  
LESTARI MOTORINDO JAYA INDRALAYA**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian Studi di Program**

**Studi Sistem Informasi**



**Oleh**

**Risma Damayanti**

**09031181520114**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**JULI 2019**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGUKURAN KINERJA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) MENGGUNAKAN METODE CRM SCORECARD PADA CV.  
LESTARI MOTORINDO JAYA INDRALAYA

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian  
Studi di Program Studi Sistem Informasi SI

Oleh :

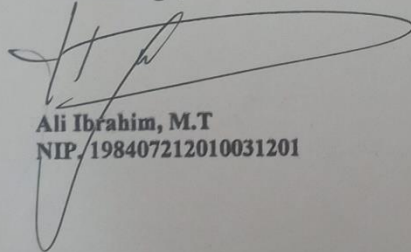
Risma Damayanti

09031181520114

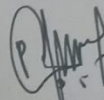
Inderalaya, Juli 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,



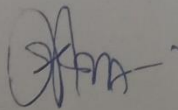
Ali Ibrahim, M.T  
NIP. 198407212010031201



Putri Eka Setiyuni, M.T  
NIP. 16710809019000061

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

## HALAMAN PERSETUJUAN

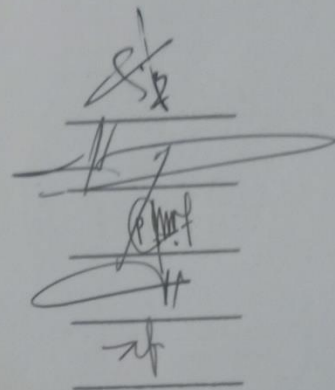
Telah ditinjau dan lulus pada :

Hari : Senin

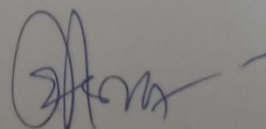
Tanggal : 29 Juli 2019

### Tim Penguji :

1. Ketua : Ari Wedhasmara, M.TI
2. Pembimbing I : Ali Ibrahim, M.T.
3. Pembimbing II : Putri Eka Sevdiyuni, M.T
4. Penguji I : Apriansyah Putra, M.Kom
5. Penguji II : Mira Afrina, M.Sc



Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

## HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Risma Damayanti  
NIM : 09031181520114  
Program Studi : Sistem Informasi  
Judul : Pengukuran Kinerja *Customer Relationship Managment*  
(CRM) Menggunakan Metode *CRM Scorecard* Pada CV.  
Lestari Motorindo Jaya Indralaya.

Hasil pengecekan *Software Ithenticate/Turnitin* : 17 %

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah, Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.

Inderalaya, Juli 2019

Risma Damayanti  
NIM 09031181520114

## Kata Pengantar



*Alhamdulillah* rabbil'alamin. Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, rezeki, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “**Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Metode CRM Scorecard Pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya**” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Laporan skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Selama penyelesaian laporan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

- Allah S.W.T
- Bapak Jaidan Jauhari, S.Pd., M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya dan Pembimbing Akademik.
- Ibu Endang Lestari Ruskan, S.Kom., M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi
- Bapak Ali Ibrahim, MT selaku Pembimbing I yang telah memberikan masukan, arahan, dan saran kepada penulis
- Ibu Putri Eka Sevtiyuni, MT selaku Pembimbing II yang telah memberikan masukan, arahan, dan juga saran kepada penulis
- Bapak Siswo Saputro selaku Manager dan juga PIC CRM Pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi
- Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komputer yang telah membekali ilmu kepada penulis sehingga penulis bisa menjalani dan menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik

- Kepada kedua orang tua yaitu bapak Mariadi dan ibu Sumbina, serta saudari penulis Annisa Apriliani, dan juga keluarga yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama pembuatan laporan skripsi.
- Teman-teman serta sahabat penulis yang telah baik hati mendengarkan keluh kesah dan telah memberikan doa serta dukungan selama pembuatan skripsi.
- Semua teman-teman Sistem Informasi 2015 Fakultas Ilmu Komputer selaku teman seperjuangan yang selalu memberi semangat.
- Semua karyawan pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya yang telah membantu penulis selama mengumpulkan data-data untuk membuat laporan skripsi.

Penulis juga berterimakasih kepada semua yang tidak disebutkan disini dan memohon maaf dari mereka semua atas segala kesalahan penulis selama penulisan laporan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar lebih baik lagi kedepannya. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semuanya

Indralaya, Juli 2019

Risma Damayanti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR RUMUS .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang .....	15
1.2 Tujuan .....	18
1.3 Manfaat .....	18
1.4 Batasan Masalah .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Profil CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Sejarah Singkat CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Visi dan Misi CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Sturktur Organisasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Customer Relationship Management (CRM) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Definisi Customer Relationship Management (CRM).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Komponen <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3 Fase <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.4	Pengukuran Kinerja .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5	Metode <i>CRM Scorecard</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6	Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IIIMETODELOGI PENELITIAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Jenis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.3	Metode Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Metode Analisa Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IVHASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Data Khusus .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Data Perspektif Customer Value .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Data Perspektif <i>Customer Satisfaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3	Hasil Analisa Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1	Perspektif <i>Customer Value</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2	Perspektif <i>Customer Satisfaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3	Perspektif <i>Customer Interaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4	Perspektif <i>Customer Knowledge</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4	Perhitungan Metode <i>CRM Scorecard</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



4.5	Perbaikan Kinerja Customer Relationship Management (CRM) CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.1	Perbaikan Perspektif <i>Customer Value</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.2	Perbaikan Perspektif <i>Customer Satisfaction</i> ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.3	Perbaikan Perspektif <i>Customer Interaction</i> ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.4	Perbaikan Perspektif <i>Customer Knowledge</i> ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>20</b>

## DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2.1** Struktur Organisasi CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3.1** Metode CRM Scorecard ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 4.1** Grafik Perspektif Customer Value.... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 4.2** Strategy Map CRM Scorecard..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 4.3** Grafik Bobot Perspektif Customer Value..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 4.4** Grafik Bobot Perspektif Customer Interaction **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 4.5** Grafik Bobot Perspektif Customer Knowledge..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

- Tabel 4.1** Data Penjualan Sepeda Motor .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2** Data Unit Masuk Service Sepeda Motor ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3** Total Responden Kuisisioner .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4** Uji Validitas .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5** Uji Reliabilitas.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6** Kalkulasi Jawaban Responden Kuisisioner Kepuasan Pelanggan... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7** Hasil Perhitungan Kuisisioner Kepuasan Pelanggan ....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8** Tujuan Strategis CRM Scorecard.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9** Penentuan Tolak Ukur, Target, dan Inisiatif ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10** Penentuan Bobot Customer Value .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11** Penentuan Bobot Customer Interaction..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12** Penentuan Bobot Customer Knowledge..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13** Menentukan Bobot Customer Value ...**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14** Hitung Bobot Customer Value .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15** Hasil Hitung Bobot Customer Value...**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16** Menentukan Bobot Customer Interaction ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17** Hitung Bobot Customer Interaction ....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18** Hasil Hitung Bobot Customer Interaction..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19** Menentukan Bobot Customer Knowledge ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20** Hitung Bobot Customer Knowledge ...**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21** Hasil Hitung Bobot Customer Knowledge..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22** Hasil Pembobotan Tiap Perspektif CRM Scorecard **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23** Kinerja Perspektif Customer Value CRM..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24** Kinerja Perspektif Customer Satisfaction CRM **Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 4.25** Kinerja Perspektif Customer Interaction CRM. **Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 4.26** Kinerja Perspektif Customer Knowledge CRM **Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 4.27** Pengukuran Kinerja CRM untuk tiap masing-masing tujuan strategis  
.....**Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 4.28** Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management (CRM)  
.....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Teknik Slovin .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b><u>Rumus 3.2</u></b> Uji Validitas .....	20
<b><u>Rumus 3.3</u></b> Peningkatan Jumlah Penjualan .....	23
<b><u>Rumus 3.4</u></b> Peningkatan Jumlah Pelanggan Service .....	23
<b><u>Rumus 3.5</u></b> Total Skor .....	25
<b><u>Rumus 3.6</u></b> Interval .....	25
<b><u>Rumus 3.7</u></b> Index Persentase .....	25
<b><u>Rumus 3.8</u></b> Pemanfaatan Database .....	27

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Teknik Slovin .....	19
<b><u>Rumus 3.2</u></b> Uji Validitas .....	20
<b><u>Rumus 3.3</u></b> Peningkatan Jumlah Penjualan .....	23
<b><u>Rumus 3.4</u></b> Peningkatan Jumlah Pelanggan Service .....	23
<b><u>Rumus 3.5</u></b> Total Skor .....	25
<b><u>Rumus 3.6</u></b> Interval .....	25
<b><u>Rumus 3.7</u></b> Index Persentase .....	25
<b><u>Rumus 3.8</u></b> Pemanfaatan Database .....	27

**PENGUKURAN KINERJA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) MENGGUNAKAN METODE *CRM SCORECARD* PADA CV. LESTARI MOTORINDO JAYA INDRALAYA**

Oleh

**Risma Damayanti**

**09031181520114**

**ABSTRAK**

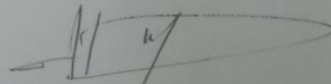
Pengukuran kinerja *customer relationship management* (CRM) sangat diperlukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kinerja dari CRM yang ada pada perusahaan. CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya merupakan sebuah CV yang bergerak dalam bidang penjualan motor, suku cadang, dan service motor Honda yang berada pada Kabupaten Ogan Ilir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan juga mengetahui kinerja CRM pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya dengan menggunakan *CRM Scorecard*. Terdapat 4 perspektif pada metode *CRM Scorecard* yaitu *customer value*, *customer satisfaction*, *customer interaction*, dan *customer knowledge*. Hasil pengukuran kinerja CRM CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya sebesar 3,937 dalam skala likert berarti memiliki kinerja baik. Hasil pengukuran yang memiliki nilai rendah terdapat pada perspektif *customer interaction* yaitu dengan nilai 2,75.

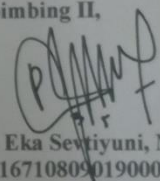
Kata kunci: *Customer Relationship Management* (CRM), *CRM Scorecard*, Pengukuran kinerja.

Inderalaya, Juli 2019

**Pembimbing I,**

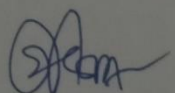
**Pembimbing II,**

  
**Ali Ibrahim, M.T**  
NIP. 198407212010031201

  
**Putri Eka Sewtiyuni, M.T**  
NIP. 16710809019000061

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,

  
**Endang Lestari Ruskan, M.T.**  
NIP. 197811172006042001

**PERFORMANCE MEASUREMENT OF CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) USING THE CRM SCORECARD METHOD IN CV.  
LESTARI MOTORINDO JAYA INDRALAYA**

By

Risma Damayanti

09031181520114

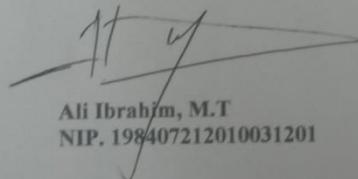
**ABSTRACT**

The measurement of *customer relationship management* (CRM) performance is very necessary to find out how much the level of performance of CRM in the company. CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya is a CV that is engaged in the sale of motorcycles, spare parts, and Honda motorcycle services located in Ogan Ilir Regency. The purpose of this study is to evaluate and also know the performance of CRM on CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya by using the CRM Scorecard. There are 4 perspectives on the CRM Scorecard method, namely *customer value*, *customer satisfaction*, *customer interaction*, and *customer knowledge*. CRM performance measurement results in CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya is 3.937 in the Likert scale means having good performance. The measurement results that have low values are found in the customer interaction perspective, which is 2.75.

Kata kunci: *Customer Relationship Management* (CRM), *CRM Scorecard*, Performance Measurement.

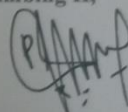
Inderalaya, Juli 2019

Pembimbing I,



Ali Ibrahim, M.T  
NIP. 198407212010031201

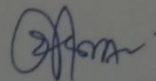
Pembimbing II,



Putri Eka Setiyuni, M.T  
NIP. 16710809019000061

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.

NIP. 197811172006042001



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi dan informasi yang semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman saat ini menuntut segala aspek kehidupan harus siap dengan segala perubahan serta pembaharuan yang ada. Teknologi saat ini sangat membantu dan mempermudah dalam menjalankan kegiatan kehidupan sehari-hari. Sama halnya dengan teknologi yang sangat membantu, informasi juga saat ini mudah diperoleh dari berbagai media dan tentu saja dapat mempermudah pencarian informasi yang diinginkan. Dengan melihat berbagai kemudahan saat ini maka banyak perusahaan yang turut serta dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan dan membantu perusahaan menghasilkan berbagai kebijakan, strategi, serta keputusan agar perusahaan dapat bersaing.

Kebutuhan akan kendaraan bermotor sebagai alat transportasi semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari terus meningkatnya pertumbuhan ekonomi yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Serta terus meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk maka semakin meningkat pula aktivitas masyarakat, karena hal tersebut maka mendorong peningkatan penggunaan kendaraan bermotor karena dapat membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Semakin meningkatnya permintaan atas sepeda motor membuat persaingan perusahaan juga semakin meningkat. Agar perusahaan dapat terus bersaing,

perusahaan harus terus berinovasi, meningkatkan pelayanan pelanggan serta meningkatkan mutu dan kualitas dari barang maupun jasa. Dengan semakin meningkatnya persaingan antar perusahaan maka perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan strategi penjualan agar mampu bersaing.

Menurut yahya (dalam (Mawarni et al., 2015)) Pengelolaan hubungan dengan pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif mengelola hubungan dengan pelanggan. CRM membantu perusahaan mengenali profil pelanggan dan dapat memperoleh pemahaman yang mendalam dari pelanggan tentang hal apa yang menguntungkan atau yang tidak menguntungkan sehingga perusahaan dapat menerapkan program promosi dengan tepat untuk mempertahankan pelanggannya.

*Customer Relationship Management (CRM)* adalah suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan dapat memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing, memperhatikan setiap mutu produk agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan (Nugraha et al., 2017). CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya merupakan salah satu perusahaan dealer penjualan serta bengkel resmi sepeda motor honda yang berada pada Kabupaten Ogan Ilir. CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya saat ini telah menerapkan konsep *Customer Relationship Management* dalam menjalankan strategi jangka panjang bisnis perusahaan. Namun *Customer Relationship Management* ini perlu di evaluasi penerapannya agar perusahaan dapat mengetahui kinerja dari *Customer Relationship*

*Management*. Metode yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja dari *Customer Relationship Management* yaitu *CRM Scorecard*. Metode *CRM Scorecard* merupakan kerangka yang digunakan untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan dari *Customer Relationship Management*. Pengukuran kinerja CRM ini digunakan untuk memberikan umpan balik perubahan dalam bentuk inisiatif strategi yang baru pada CRM. Menurut Al-Mudimigh (dalam (Mahmudi dan Ngadenan, 2017)) *CRM Scorecard* adalah komponen penting dari suatu sistem informasi pada sebuah organisasi, dan digunakan untuk mengevaluasi strategi dan kinerja bisnis serta mengembangkan solusi secara cerdas.

Dalam mengevaluasi *Customer Relationship Management*, CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya menggunakan PU Niguri untuk melihat *report* dari CRM yang ada. Akan tetapi penerapan *Customer Relationship Management* pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya dijumpai permasalahan, yaitu adanya penurunan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian sepeda motor honda beberapa bulan terakhir. Dan juga tingkat persaingan yang semakin ketat saat ini karena bukan hanya persaingan terhadap *brand* lain tapi juga terdapat persaingan dengan perusahaan *brand* honda di Ogan Ilir menuntut CV. Lestari Motorindo Jaya untuk terus meningkatkan strategi pada perusahaan. Kemudian kurangnya informasi promosi pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya, karena pada penyampaian informasinya masih menggunakan brosur. Dalam mengevaluasi *Customer Relationship Management* pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya menggunakan PU Niguri perusahaan memiliki kendala karena *Customer Relationship Management* belum berjalan 100% membuat evaluasinya sedikit terhambat. Maka daripada itu diperlukan suatu pengukuran terhadap kinerja CRM

supaya dapat dievaluasi pelaksanaannya dan dapat meningkatkan strategi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dari permasalahan tersebut menjadi laporan Skripsi dengan judul “Pengukuran Kinerja *Customer Relationship Management* (CRM) Menggunakan Metode CRM Scorecard Pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya”.

## **1.2 Tujuan**

Tujuan yang ingin di capai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengukur kinerja *Customer Relationship Management* pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya.
2. Memberikan usulan perbaikan inisiatif strategi pada CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya.

## **1.3 Manfaat**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat membantu CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya dalam meningkatkan serta memperbaiki kinerja *Customer Relationship Management*.
2. Dapat membantu CV. Lestari Motorindo Jaya Indralaya untuk meningkatkan strategi *Customer Relationship Management*.

#### 1.4 Batasan Masalah

Agar pokok bahasan pada penelitian dan tugas akhir ini tidak menyimpang dari lingkup permasalahan maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Skripsi ini hanya membahas pengukuran kinerja *Customer Relationship Management* pada CV. Lestari Motorindo Jaya.
2. Metode pengukuran kinerja *Customer Relationship Management* menggunakan CRM Scorecard dengan empat perspektif berorientasi pelanggan diantaranya *customer value, customer satisfaction, customer interaction, dan customer knowledge*. Dimana dalam penentuan pembobotan dibantu dengan metode *pairwise comparison*, sedangkan untuk melakukan penilaian menggunakan *skala likert*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, S., Sari, K.P., Widiyanto, S., 2018. Model Pengukur Kinerja Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Pringsewu Menggunakan Metode Balance Scorecard dan Fuzzy Multiple Attribute Decision Making 1–6.
- Adi, F.M., 2016. Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Pendekatan Balance Scorecard Pada Perusahaan Penerbit Buku Deepublish CV. Budi Utama Yogyakarta.
- Badariah, N., Suhardini, D., Rahmanto, A.W., 2010. Perancangan Kinerja Customer Relationship Management dengan Menggunakan Metode Customer Relationship Management Scorecard 10–19.
- Husna, S., Syukri, A., 2014. Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan 103–111.
- Ibrahim, A., Ruskan, E.L., Pratomo, Y., Adetya, Z., 2017. Dampak Penerapan CRM terhadap Layanan di Perguruan Tinggi 3, 57–59.
- Khotimah, B.K., Irhamni, F., Saedi, M.Z., Cahyani, A.D., 2015. Sistem Informasi Pengukuran Kinerja UKM Kerupuk Ikan Berbasis Sistem Manajemen Strategis dengan Menggunakan Metode AHP dan Balance Scorecard 978–979.
- Kim, J., Suh, E., Hwang, H., 2003. A Model For Evaluating The Effectiveness of CRM Using The Balanced Scorecard 17, 5–19.  
<https://doi.org/10.1002/dir.10051>
- Mahmudi, A.A., Ngadenan, 2017. Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management ( CRM ) Menggunakan CRM Scorecard dan OMAX 3, 83–91.
- Matondang, Z., 2009. Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian 6, 87–97.
- Mawarni, J.N., Irawati, D., Saputra, M.H., 2015. Pengaruh Customer Relationship

- Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Survei terhadap Pelanggan Kereta Api di Stasiun Besar Yogyakarta).
- Musanto, T., 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus pada CV . Sarana Media Advertising Surabaya.
- Nugraha, F.O., Witanti, W., Komarudin, A., 2017. Pembangunan Sistem Customer Relationship Management Pada PT. Central Georgette Nusantara 431–438.
- Nugroho, C.C., Santoso, N., 2015. Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management (e -CRM) dengan Metode Framework of Dynamic CRM (Studi Kasus Fotorentis Studio) 141–146.
- Pradita, N., Suhardini, D., 2018. Perancangan Sistem Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM) Scorecard Pada Hotel Grage Sangkan 69–76.
- Puspa, J., Sugiana, D., 2018. Strategi Customer Relationship Management ( CRM ) PT Angkasa Pura II PT Angkasa Pura II ( Persero ) Customer Relationship Management ( CRM ) Strategy 6, 10–23.
- Sudaryono, 2015. Metodologi Riset di Bidang TI (Panduan Praktis, Teori, dan Contoh Kasus). ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Suhardini, D., Surjasa, D., Mustika, G.D., 2017. Perancangan dan Pengukuran Kinerja CRM untuk Jasa Transportasi Bus AKAP di GMS 7, 76–86.
- Sukmawantoro, A., 2014. Rancang Bangun e-CRM Pada Toko Pasar Murah Solo.