

**PENGUKURAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN *NET PROMOTER*
SCORE UNTUK MENINGKATKAN LAYANAN *WEBSITE* SUMEKS
(STUDI KASUS: PT. CITRA BUMI SUMATERA)**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian
studi di Program Studi Sistem Informasi S1



Oleh:

Annisa Raidatul Jannah

09031181621129

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

APRIL 2020

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGUKURAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN *NET PROMOTER*
SCORE UNTUK MENINGKATKAN LAYANAN *WEBSITE* SUMEKS
(STUDI KASUS: PT. CITRA BUMI SUMATERA)**

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian
studi di Program Studi Sistem Informasi S1

Oleh:

Annisa Raidatul Jannah 09031181621129

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi**



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

**Palembang, 30 April 2020
Pembimbing,**



**Ali Ibrahim, S.Kom., M.T.
NIP. 198407212019031004**

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Raidatul Jannah

NIM : 09031181621129

Program Studi : Sistem Informasi

Judul Skripsi : Pengukuran Loyalitas Pelanggan Dengan *Net Promoter Score* untuk Meningkatkan Layanan *Website* Sumeks (Studi Kasus: PT. Citra Bumi Sumatera)

Hasil pengecekan *software iThenticate/Turnitin* : 13%

Menyatakan bahwa laporan skripsi Saya adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil plagiat atau penjiplakan. Apabila ditemukan adanya unsur plagiat atau penjiplakan dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan yang sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.



Palembang, April 2020



Annisa Raidatul Jannah
NIM. 09031181621129

HALAMAN PERSETUJUAN

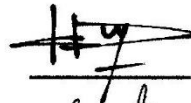
Telah diuji dan lulus pada:

Hari : Senin

Tanggal : 13 April 2020

Tim Penguji:

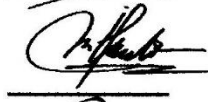
1. Pembimbing I : Ali Ibrahim, S.Kom., M.T.



2. Ketua Penguji : Rahmat Izwan Heroza, M.T.



3. Anggota I : M. Ihsan Jambak, M.Sc.



4. Anggota II : Pacu Putra, M.Cs.



Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T.

NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERSEMBAHAN

"Berdoalah kepada-Ku, pastilah Aku kabulkan untukmu"

(QS. Al. Mukmin:60)

"Ketika diberi kesempatan singgah, jangan lupa untuk sungguh"

"The real mood booster is ourselves"

-Annisa Raidatul Jannah-

Skripsi ini kupersembahkan teruntuk:

- ❖ Yang Maha Esa, Allah SWT
- ❖ Yang tercinta, Ibuku Rosmiati dan Ayahku
ST. Nurman (Alm)
- ❖ Yang tersayang, Uda, Uni, Adek, Ande, Om,
dan seluruh keluarga besar, serta kekasih
hidupku (k e l a k)
- ❖ Dosen Pembimbing dan Penguji
- ❖ Kawan-kawan seperjuangan
- ❖ Almamaterku, Universitas Sriwijaya

KATA PENGANTAR



Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul **“PENGUKURAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN *NET PROMOTER SCORE* UNTUK MENINGKATKAN LAYANAN *WEBSITE* SUMEKS (STUDI KASUS: PT. CITRA BUMI SUMATERA)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk penyelesaian studi di Program Studi Sistem Informasi S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, Penulis banyak memperoleh bimbingan, bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesempatan dan kesehatan dari-Nya sehingga Penulis mampu melaksanakan penelitian dan menyelesaikan Skripsi ini.
2. Kedua Orang tuaku, Ayah ST. Nurman (Alm) dan Ibu Rosmiati yang senantiasa memberikan kasih sayang, semangat, dan doa, serta sebagai motivasi tersendiri bagi Penulis.
3. Saudara-saudaraku, Abang, Dagus, Daik, Daam, Nica, Lala, Dia, Delvi, Dekni, dan Dek Ikaf yang selalu menghibur dan memberikan semangat dan doanya untuk Penulis.
4. Seluruh keluarga besarku, Uni, Ande, Om, dan kekasih hidupku (k e l a k).

5. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Ibu Endang Lestari Ruskan S.Kom. M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Sriwijaya.
6. Bapak Ali Ibrahim, S.Kom., M.T. selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Bapak Ali Bardadi, S.SI., M.Kom. selaku dosen Pembimbing Akademik, serta Bapak m. Ihsan Jambak, M.Sc., Bapak Pacu Putra, M.Cs., serta Bapak Rahmat Izwan Heroza, M.T. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan saran sehingga Skripsi ini selesai dengan baik.
7. Staff beserta jajaran Jurusan Sistem Informasi dan Fakultas Ilmu Komputer, serta Universitas Sriwijaya.
8. Pimpinan, Staff, beserta jajaran PT. Citra Bumi Sumatera (Sumatera Ekspres) Kota Palembang.
9. Kawan-kawan yang telah memberikan bantuan, semangat, dan motivasi selama menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata Penulis mengharapkan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi Penulis juga pembacanya, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya dalam menambah wawasan dan pengetahuan. Penulis menyadari dalam proses pembuatan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat lebih baik lagi dikemudian hari.

Palembang, 2 Maret 2020

Penulis

**PENGUKURAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN *NET PROMOTER SCORE* UNTUK MENINGKATKAN LAYANAN *WEBSITE* SUMEKS
(STUDI KASUS: PT. CITRA BUMI SUMATERA)**

Oleh:

Annisa Raidatul Jannah

09031181621129

ABSTRAK

Sumatera Ekspres (Sumeks) merupakan surat kabar yang menjadi salah satu surat kabar terbesar di Sumatera Selatan yang telah memanfaatkan teknologi *website*. Berdasarkan hasil kuisioner terhadap layanan *website* Sumeks diperoleh hasil perhitungan *Net Promoter Score1* sebesar -10,9% yang menunjukkan nilai negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya upaya dalam melakukan inovasi dalam menjawab kebutuhan pelanggan agar tercipta loyalitas. Menurut data lembaga riset Nielsen Consumer & Media View (CMV) kuartal III 2017, surat kabar koran memiliki nilai berita yang dapat dipercaya sehingga keberadaannya sebagai sarana iklan sangat penting dan dianggap lebih kredibel. Pengukuran tingkat loyalitas pelanggan diterapkan menggunakan *Net Promoter Score* dengan membagi pelanggan menjadi *Promoter*, *Passive*, dan *Detractor*. Selain itu, dilakukan pengembangan sistem *Website* Iklan Sumeks dengan penambahan fitur transaksi iklan dan pelayanan pelanggan menggunakan pendekatan CRM serta dengan metode pengembangan sistem FAST. Didapatkan bahwa loyalitas pelanggan meningkat yang dilihat dari hasil perhitungan *Net Promoter Score2* sebesar 21,6%.

Kata Kunci: *Net Promoter Score*, Loyalitas Pelanggan, CRM, FAST, Iklan, Surat Kabar.

**MEASUREMENT OF CUSTOMER LOYALTY WITH NET PROMOTER
SCORE TO ENHANCES SUMEKS WEBSITE SERVICES
(CASE STUDY: PT. CITRA BUMI SUMATERA)**

By:

Annisa Raidatul Jannah

09031181621129

ABSTRACT

Sumatera Ekspres (Sumeks) is a newspaper that becomes one of the largest newspapers in South Sumatra that has utilized website technology. Based on the results of the questionnaire on the Sumeks website service, the Net Promoter Score1 calculation result was -10.9% which was obtained a negative value. This shows that there needs to be an effort to innovate in answering customer's needs to create loyalty. According to Nielsen Consumer & Media View (CMV) research institute data in the third quarter of 2017, newspapers have reliable news value so that their existence as a means of advertising is very important and is considered to be more credible. Measuring the level of customer loyalty is applied using the Net Promoter Score by dividing customers into Promoter, Passive, and Detractor. Also, the Sumeks Advertising Website system development was done by adding ad transaction features and customer service using the CRM approach as well as by the FAST system development method. It was found that customer loyalty increased as seen from the Net Promoter Score2 calculation result of 21.6%.

Keywords: Net Promoter Score, Customer Loyalty, CRM, FAST, Advertising, Newspapers.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan teknologi memunculkan banyaknya media yang memberikan kemudahan dan keuntungan dalam mengakses informasi dan promosi. Perusahaan didorong untuk fokus dalam memberikan *value* dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan di era persaingan bisnis saat ini. Griffin (2003) berpendapat bahwa pelanggan yang loyal terhadap produk atau jasa akan melakukan pembelian berulang secara teratur, berkomitmen terhadap produk atau jasa, dan merekomendasikan kepada orang lain. Situasi tersebut terwujud jika perusahaan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan tepat.

Menurut survey Nielsen Consumer & Media View (CMV) kuartal III 2017 yang dilakukan di 11 kota dan menginterview 17 ribu responden, media cetak dibaca oleh 4,5 juta orang dan 83% dari jumlah itu adalah membaca koran. Berdasarkan data yang dikemukakan lembaga riset Nielsen, surat kabar koran memiliki nilai berita yang dapat dipercaya sehingga keberadaannya sebagai sarana iklan sangat penting dan dianggap lebih kredibel. Agar surat kabar tetap menjadi bagian media informasi yang diminati masyarakat maka harus lebih inovatif dan kreatif. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan implementasi konsep *Relationship* (Carissa, 2014). Mempelajari perilaku pelanggan dan keinginan pelanggan dapat memudahkan perusahaan dalam mengambil langkah

yang tepat untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, loyalitas pelanggan, serta pendapatan perusahaan (Amatullah, Delima, Syafitri, & Ibrahim, 2018).

PT. Citra Bumi Sumatera merupakan perusahaan media cetak surat kabar di Kota Palembang yang menerbitkan harian Sumatera Ekspres (Sumeks) yang menjadi salah satu surat kabar terbesar di Sumatera Selatan. Sebagai surat kabar terbesar, Sumeks telah memanfaatkan teknologi yang ada salah satunya *website*. Keberadaan *website* tersebut sudah berjalan dengan baik dalam memberikan informasi berita. Namun berdasarkan hasil kuisisioner terhadap layanan *website* Sumeks diperoleh hasil perhitungan *Net Promoter Score* sebesar -10,9% yang menunjukkan nilai negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya upaya dalam melakukan inovasi dalam menjawab kebutuhan pelanggan agar tercipta loyalitas sehingga tidak beralih. Jika pelanggan beralih, tidak hanya menurunkan pendapatan perusahaan, tapi kemungkinan akan mempengaruhi pelanggan yang lain untuk beralih. Seiring dengan pendapatan utama Sumeks yang didapatkan dari iklan, maka diperlukan inovasi terkait iklan.

Pada penelitian ini diusulkan sebuah pengukuran tingkat loyalitas pelanggan sebagai acuan untuk meningkatkan layanan *website* melalui pendekatan CRM. Dengan menggunakan *Net Promoter Score* sebagai metode pengukuran loyalitas pelanggan dimana dengan membagi pelanggan menjadi tiga kelompok yang terdiri dari *Promoter*, *Passive*, dan *Detractor* melalui hasil jawaban kuisisioner. Selain itu, dilakukan pengembangan sistem *website* iklan Sumeks dimana melakukan penambahan fitur layanan dan transaksi iklan dengan pendekatan CRM dan menggunakan metode pengembangan sistem FAST untuk membuat prototipe sistem untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui tingkat loyalitas pelanggan dengan *Net Promoter Score*
2. Meningkatkan layanan *website* Sumeks dengan pendekatan CRM

1.3 Manfaat

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain:

1. Peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan
2. Memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai iklan
3. Memudahkan pelanggan berinteraksi dengan perusahaan
4. Meningkatkan pemesanan iklan dan pendapatan perusahaan
5. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak Sumeks untuk melakukan peningkatan performa di masa mendatang.

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang, maka Penulis membatasi laporan ini dengan batasan sebagai berikut:

1. Pengukuran loyalitas pelanggan menggunakan NPS (*Net Promoter Score*)
2. Pengembangan sistem menggunakan metode FAST
3. Hasil perancangan berupa prototipe *website* Sumeks berbasis CRM
4. Pengembangan berupa penambahan fitur transaksi iklan dan pelayanan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, S., Rose Alinda, A., Syed Norris, H., Marlia, P., Siti Hamisah, T., Cotet, G. B., Othman, A. (2018). <https://doi.org/10.1051/mateconf/201712107005>
- Amatullah, S., Delima, R., Syafitri, H., & Ibrahim, A. (2018). Penerapan Strategi Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus: Rumah Kreatif Ogan Ilir Indralaya). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 5(2), 225–230. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201852555>
- Carissa, A. O. (2014). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN) 1,2,3. *Sistem Informasi*, 4(2), 516–529. Retrieved from <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Eger, L., & Mičik, M. (2017). Customer-oriented communication in retail and Net Promoter Score. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35(July 2016), 142–149.
- Emen, A., Dan, C., Di, V., & Swa, M. (2014). *Hereyah: Iklan Mobil di Media Cetak : Analisis Elemen Copywriting ...* 13(02), 169–184.
- Elena, C. A. (2016). Social Media – A Strategy in Developing Customer Relationship Management. *Procedia Economics and Finance*, 39(November

- 2015), 785–790. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30266-0](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30266-0)
- Erlangga, A., & Alfianur, F. (2013). *Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Divisi Service Di Yamaha Bahana Di Kota Bandung)*.
- Fallis, A. . (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fardhani, K. F., Rachmawati, I., & Prabowo, F. S. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan English First Samarinda the Effect of Customer Relationship Management (Crm) on Customer ' S Loyalty of English First Samarinda. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 986–989.
- Helmi, S., & Hadian, A. (2017). *Generasi Millenial : Net Promoter Score dan Net Emotional Value Generasi Millenial : Net Promoter Score dan Net Emotional Value*. (November 2016).
- Laitinen, M. A. (2018). Net Promoter Score as Indicator of Library Customers' Perception. *Journal of Library Administration*, 58(4), 394–406. <https://doi.org/10.1080/01930826.2018.1448655>
- Musanto, T. (2004). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 6(2), 123–136. <https://doi.org/10.9744/jmk.6.2.pp.123-136>
- Noorhansyah, M., & Pratomo, A. (2016). Volume I , No . 2 , Mei 2016 : 25 - 32
PENERAPAN MODEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
PADA METODOLOGI FAST (STUDI KASUS : PENGEMBANGAN

PORTAL AKADEMIK JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK
NEGERI BANJARMASIN). *Jurnal POSITIF*, 1(2), 25–32.

Paliouras, K., & Siakas, K. V. (2017). Social Customer Relationship Management:
A Case Study. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 5(1), 20–
34. <https://doi.org/10.1515/ijek-2017-0002>

Situmorang, S.H, Lubis, M.S dan Saputra, A. . (2016). Pengukuran Brand Loyalty
dengan Net Promoter Score pada Youth dan Netizen di Medan. *Proceeding
National Confrence of Applied Science, Enginering, Business and Information
Technology, ASCNITech*, 373–381.