PERANCANGAN *CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT* MENGGUNAKAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY* PADA HONDA UNION MOTOR

SKRIPSI

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

Oleh

Nurliza Lova
NIM 09031381720011

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
JULI
2020

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN *CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT*
MENGGUNAKAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY*
PADA HONDA UNION MOTOR

SKRIPSI

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

Oleh :

Nurliza Lova

NIM 09031381720011

Palembang, Juli 2020

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi,

Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172006042001

Pembimbing,

Ken Ditha Tania, M.Kom
NIP. 198507182012122003

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 23 Juli 2020

Tim Penguji :

1. Ketua (Pembimbing) : Ken Ditha Tania, M.Kom
2. Ketua Penguji : Jaidan Jauhari, M.T
3. Penguji I : Dr. Ermatita, M.Kom
4. Penguji II : Apriansyah Putra, M.T.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi,

Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang menulis pernyataan di bawah ini :

Nama	: Nurliza Lova
NIM	: 09031381720011
Program Studi	: Sistem Informasi Profesional
Judul Skripsi	: Perancangan *Customer Knowledge Management* Menggunakan *Soft System Methodology* Pada Honda Union Motor

Hasil pengecekan software iThenticare/Turnitin : 18%

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapa pun.

Palembang, Juli 2020

Nurliza Lova
NIM. 09031381720011

HALAMAN PERSEMBAHAN

Mereka akan diberi balasan berupa tempat yang tinggi (dalam surga) atas kesabaran mereka, dan di sana mereka akan disambut dengan penghormatan dan salam. – (Q.S Al-Furqan: 75)

Tugas Akhir ini Ku Persembahkan Kepada :

- *Allah Subhanahu Wa Ta'ala*
- *Kedua orang tua yang ku sayangi dan ku cintai*
- *Rekan yang selalu berada di sampingku*
- *Dosen pembimbing beserta staff admin Fakultas Ilmu Komputer Jurusan Sistem Informasi*
- *Teman seperjuangan di jurusan Sistem Informasi Profesional 2017*

ABSTRAK

PERANCANGAN CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT MENGGUNAKAN SOFT SYSTEM METHODOLOGY PADA HONDA UNION MOTOR

Oleh

Nurliza Lova
09031381720011

Customer Knowledge Management (CKM) dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengembangakan pelayanan dan menciptakan hubungan baik jangka panjang antara *customer* dengan perusahaan. Proses *sharing complaint* pengetahuan antara *customer* dengan Perusahaan Honda Union Motor saat ini masih menggunakan metode *story telling* via telepon dengan *customer care* atau dating langsung ke perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan adanya pendokumentasian *Customer Knowledge Management* (CKM) untuk mempermudah transfer *knowledge* dari *customer* untuk perusahaan. *Soft System Methodology* (SSM) adalah sebuah metodologi yang membantu suatu perusahaan dalam menjelaskan tujuan mereka dan kemudian merancang system aktivitas manusia untuk mencapai tujuan tersebut. *Soft System Methodology* (SSM) tidak membatasi permasalahan pada variable tertentu saja namun mencoba mengidentifikasikan sebanyak mungkin aspek (variabel) yang berinteraksi dengan system.

Palembang, Juli 2020

Mengetahui,	
Ketua Jurusan Sistem Informasi	**Pembimbing,**
Endang Lestari Ruskan, M.T	**Ken Ditha Tania, M.Kom**
NIP. 197811172006042001	**NIP. 198507182012122003**

ABSTRACT

CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT PLANNING USING SOFT SYSTEM METHODOLOGY ON HONDA UNION MOTOR

By

Nurliza Lova
09031381720011

Customer Knowledge Management (CKM) is needed by companies to develop services and create long-term good relationships between customers and companies. The process of sharing knowledge complaints between customers and the Honda Union Motor Company is currently still using the story telling method by telephone with customer care or dating directly to the company. To overcome this, documentation of Customer Knowledge Management (CKM) is needed to facilitate the transfer of knowledge from customers to companies. Soft System Methodology (SSM) is a methodology that helps a company explain their goals and then design a system of human activities to achieve these goals. Soft System Methodology (SSM) does not limit the problem to certain variables, but tries to identify as many aspects (variables) that interact with the system.

Keywords: *Customer Knowledge Management, Soft System Methodology*.

Palembang, Juli 2020

Mengetahui,	**Pembimbing,**
Ketua Jurusan Sistem Informasi	
Endang Lestari Ruskan, M.T	**Ken Ditha Tania, M.Kom**
NIP. 197811172006042001	**NIP. 198507182012122003**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT, karena dengan ridho dan karunia-Nya serta berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul "**PERANCANGAN *CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT* MENGGUNAKAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY* PADA HONDA UNION MOTOR"** sebagai salah satu syarat lulus di Jurusan Sistem Informasi, Universitas Sriwijaya.

Dalam hal penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan, dukungan serta petunjuk dari semua pihak tidak mungkin laporan ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala
2. Bapak Jaidan Jauhari, S.Pd.,M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer
3. Bapak Samsuryadi, S.Si.,M.Kom.,Ph.D. selaku Wakil Dekan I
4. Bapak Mgs. Afriyan Firdaus, S.Si. M.IT selaku Wakil Dekan II
5. Bapak Fathoni, S.T.,MMSI selaku Wakil Dekan III
6. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer.
7. Ibu Ken Ditha Tania, S.Kom.,M.Kom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang banyak meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

8. Bapak Handoko Lukito, Anna SY, dan Ivan Lukito Selaku Pimpinan Honda Union Motor
9. Seluruh Karyawan Honda Union Motor
10. Bapak Zainuri, Ibu Iswanti, Mba Kiki, Adik Shinta dan Adik Dimas yang telah memberikan doa dan dorongan kepada penulis baik secara moril maupun materiil.
11. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan setia menemani dari awal hingga akhir.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan SI PROF 2017.
13. Bagian Administrasi Fakultas Ilmu Komputer yang senantiasa membantu dan mendukung penulis dalam administrasi perkuliahan.

Akhir kata semoga ketulusan serta bantuan dari semua pihak tersebut di atas kiranya mendapat berkah dan anugerah dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Juli 2020

Nurliza Lova

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN..... iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
ABSTRAK vi
ABSTRACT..... vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI.....x
DAFTAR TABEL..... xiv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN..... xix
BAB I 4
PENDAHULUAN 4
1.1 Latar Belakang 4
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian.....7
1.4 Manfaat Penelitian.....8
1.5 Batasan Masalah.....8
BAB II.....10
TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 Profil Dealer Honda Union Motor 10
2.1.1 Sejarah Dealer Honda Union Motor 10
2.1.2 Struktur Organisasi 11
2.1.3 Visi dan Misi Dealer Honda Union Motor.....12
2.1.4 Tugas Pokok dan Fungsi Dealer Honda Union Motor.....13
2.2 Knowledge 18

2.3 *Customer Knowledge* 19
2.4 *Knowledge Management* 19
2.5 *Customer Relationship Management* 21
2.6 *Customer Knowledge Management* 22
2.7 *Soft System Methodology (SSM)* 26
2.8 *Unified Modelling Language* 30
2.9 *Use Case Diagram* 32
2.10 *Sequence Diagram* 34
2.11 *Activity Diagram* 36
2.12 *Class Diagram* 37
2.13 *Pengertian PHP* 39
BAB III 40
METODOLOGI PENELITIAN 40
3.1 Objek Penelitian 40
3.2 Teknik Pengumpulan Data 40
3.3 Deskripsi Data 42
3.4 Metode Pengembangan Sistem 43
3.5 Soft System Methodology (SSM) 49
3.6 Penelitian Sebelumnya yang Relevan 57
3.7 Definisi Lingkup Sistem 61
3.7.2 Gambaran Proyek 62
3.8 Pernyataan Masalah dan *Opportunities* 62
3.8.1 Pernyataan Masalah 62
3.8.2 *Opportunities* 64
3.9 Project Constrains (Batasan Proyek) 64
3.9.1 *Business Constrains* 64
3.9.2 *Technology Constrains* 64
3.10 Ide Solusi Tahap Awal 65
3.11 Ruang Lingkup Awal Proyek 65

3.12 Analisis Masalah pada Honda Union Motor 65
3.12.1 Domain Permasalahan (*Problem Domain*) 66
3.12.2 Analisis Permasalahan.....67
3.12.3 Analisis Proses Bisnis 69
3.12.4 *Cause-Effect Analysis & System Improvement Objective* 69
3.13 *Requirement Analysis* (Analisis Kebutuhan).....72
3.13.1 Kebutuhan Fungsional.....72
3.13.2 Kebutuhan Nonfungsional 72
3.13.2 Prioritas Kebutuhan.....74
3.13.2.1 *Mandatory Requirement* 74
3.13.2.2 *Desirable Requirement* 75
3.14 *Logical Design* (Desain Logis) 76
3.14.1 *Use Case Diagram* 76
3.15 ERD (*Entity Relationship Diagram*).....80
3.16 Desain Basis Data.....82
Tabel 3.14 Berita 82
Tabel 3.15 Customer 82
Tabel 3.16 Forum 83
Tabel 3.17 Kategori.....84
Tabel 3.18 Keluhan 84
Tabel 3.19 Leasing 85
Tabel 3.20 Produk 85
Tabel 3.21 Review.....86
Tabel 3.22 Varian.....86
Tabel 3.23 *User* 87
3.17 Analisis Keputusan(*Decision Analysis*).....87
3.17.1 Mengidentifikasi Kandidat Solusi (*Identify Candidate Solutions*) 88
3.17.2 Menganalisis Kandidat Solusi (*Analyze Candidate Solutions*) 91
Kriteria Feasibility 92

Kandidat 1 92
Kandidat 2 92
3.17.3 Perbandingan Solusi Kandidat (*Compare Candidate Solutions*) 94
3.17.4 Rekomendasi Kandidat Terbaik 96
Gambar 3.15 Desain Halaman Utama 97
Visi 98
Misi.....98
Gambar 3.19 Desain Menu Login 99
Gambar 3.20 Desain Halaman Registrasi.....99
Gambar 3.21 Desain Menu Kelola Produk 100
BAB IV 104
HASIL DAN PEMBAHASAN.....104
4.1 Implementasi dan Pengujian Sistem Informasi *Customer Knowledge Management* 104
4.1.1 Hasil 104
4.2 Testing 116
BAB V 141
KESIMPULAN DAN SARAN.....141
5.1 Kesimpulan.....141
5.2 Saran.....141
5.2.1. Saran Akademis 142
5.2.2. Saran Organisasi 142
DAFTAR PUSTAKA 143

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Tipe *Customer Knowledge* 23
Tabel 2.2 Simbol-simbol dalam *Use Case Diagram*..... 32
Tabel 2.3 Simbol-simbol dalam *Sequence Diagram*..... 34
Tabel 2.4 Simbol-simbol dalam *Activity Diagram*..... 36
Tabel 2.5 Simbol-simbol dalam *Class Diagram*..... 37
Tabel 3.1 Model CKM pada *Campaign Management* 45
Tabel 3.2 Model CKM pada *Complaint Management*..... 46
Tabel 3.3 Model CKM pada *Service Management* 46
Tabel 3.4 Model CKM pada *Interaction* and *Channel Management*..... 47
Tabel 3.5 Pemetaan Fitur *Knowledge* 48
Tabel 3.6 *Root Definition* 52
Tabel 3.7 Model Konseptual dari *'Root Definition'* 55
Tabel 3.8 Perbandingan Antara Model dan Dunia Nyata 55
Tabel 3.9 Aksi untuk Perbaikan Situasi 56
Tabel 3.10 Tujuan Proyek 61
Tabel 3.11 *Problems, Opportunities, Objectives, Constraints Matrix*..... 69
Tabel 3.12 Klasifikasi Kebutuhan Nonfungsional Berdasarkan PIECES..... 72
Tabel 3.13 *Disirable Requirements*..... 75
Tabel 3.14 Berita 82
Tabel 3.15 *Customer* 82
Tabel 3.16 Forum 83
Tabel 3.17 Kategori..... 84
Tabel 3.18 Keluhan 84
Tabel 3.19 Leasing 85
Tabel 3.20 Produk 85
Tabel 3.21 *Review* 86
Tabel 3.22 Varian..... 86
Tabel 3.23 *User* 87

Tabel 3.24 Identifikasi Solusi Kandidat 88
Tabel 3.25 Analisis Kandidat Solusi 92
Tabel 3.26 Perbandingan Kandidat Solusi 94
Tabel 4.1 Pengujian *Black Box* 116
Tabel 4.2 Pembobotan Kuesioner 122
Tabel 4.3 X, Y, Z *Definition* 132
Tabel 4.5 Deskripsi CATWOE 133
Tabel 4.6 Pemetaan Aktivitas dalam Model Konseptual 140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Honda Union Motor Palembang 12
Gambar 2.2 Model SECI..... 20
Gambar 2.3 Model CKM 24
Gambar 2.4 Proses *Soft System Management* (SSM) 27
Gambar 2.5 Macam-Macam Diagram UML..... 31
Gambar 3.1 *Customer Knowledge Management* (CKM) 43
Gambar 3.2 Proses *Soft System Management* (SSM) 49
Gambar 3.3 *Rich Picture*..... 51
Gambar 3.4 Model Konseptual dari Root Definition..... 54
Gambar 3.5 *Root Definition of Relevant Purposeful Activity* 58
Gambar 3.6 *Conceptual Models of The System Named in Root Definition* 59
Gambar 3.7 *Action to Improve The Problem Situation*..... 60
Gambar 3.8 Penyebaran Informasi Produk dan Informasi Event, Berita, dan Promosi Yang Belum Maksimal..... 67
Gambar 3.9 Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja Pelayanan Perusahaan Yang Belum Optimal..... 68
Gambar 3.10 *Use Case Diagram*..... 76
Gambar 3.11 *Activity Diagram Customer* 77
Gambar 3.12 *Activity Diagram Admin*..... 78
Gambar 3.13 *Activity Diagram Pimpinan* 79
Gambar 3.14 *Entity Relationship Diagram* 81
Gambar 3.15 Desain Halaman Utama..... 97
Gambar 3.16 Desain Menu Produk..... 97
Gambar 3.17 Desain Menu Visi dan Misi 98
Gambar 3.18 Desain Menu Tentang Kami 98
Gambar 3.19 Desain Menu *Login*..... 99
Gambar 3.20 Desain Halaman Registrasi 99

Gambar 3.21 Desain Menu Kelola Produk 100
Gambar 3.22 Desain Menu Leasing..... 100
Gambar 3.23 Desain Menu Customer..... 101
Gambar 3.24 Desain Menu Berita..... 101
Gambar 3.25 Desain Menu Forum..... 102
Gambar 3.26 Desain Menu Kategori 102
Gambar 3.27 Desain Menu Keluhan Konsumen 103
Gambar 4.1 Tampilan Awal..... 104
Gambar 4.2 Halaman Login..... 104
Gambar 4.3 Halaman Utama..... 105
Gambar 4.4 Halaman Produk..... 106
Gambar 4.5 Halaman Leasing..... 106
Gambar 4.6 Halaman *Customer*..... 107
Gambar 4.7 Halaman Berita..... 107
Gambar 4.8 Halaman Forum..... 108
Gambar 4.9 Halaman Kategori 108
Gambar 4.10 Halaman Keluhan..... 108
Gambar 4.11 Halaman Customer..... 109
Gambar 4.12 Halaman Home/Beranda 109
Gambar 4.13 Halaman Visi dan Misi..... 110
Gambar 4.14 Halaman Kontak Perusahaan 110
Gambar 4.15 Halaman Produk..... 111
Gambar 4.16 Halaman Forum..... 111
Gambar 4.17 Halaman Keluhan..... 112
Gambar 4.18 Halaman Blog 112
Gambar 4.19 Halaman Berita 113
Gambar 4.20 Halaman Penilaian 113
Gambar 4.21 Halaman Laporan Produk 114
Gambar 4.22 Halaman Laporan *Customer* 115

Gambar 4.23 Halaman Laporan Keluhan 115
Gambar 4.24 Responden Berdasarkan Pekerjaan 123
Gambar 4.25 Responden Berdasarkan Pendidikan 123
Gambar 4.26 Responden Berdasarkan Penghasilan 124
Gambar 4.27 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 124
Gambar 4.28 *Knowledege Map* 128
Gambar 4.29 *Rich Picture* SSM Dealer Honda Union Motor 131
Gambar 4.30 Model T dan W 134
Gambar 4.31 Model T, W dan C 136
Gambar 4.32 Model T, W, C, dan A 136
Gambar 4.33 Model T, W, C, A, dan E 137
Gambar 4.34 Model T, W, C, A, E dan O 139
Gambar 4.35 Model CATWOE Sistem Informasi CKM Honda Union Motor .. 139

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Rekomendasi Ujian Komprehensif 145
Lampiran 2 Surat Keterangan 146
Lampiran 3 Form Kegiatan Pengambilan Data.....147
Lampiran 4 Bukti Verifikasi Ithenticate 148
Lampiran 5 Verifikasi Hasil SULIET.....149
Lampiran 6 Form Perbaikan Seminar Proposal 150
Lampiran 7 Form Perbaikan Ujian Komprehensif.....151
Lampiran 8 Log Book Dosen Pembimbing Skripsi 152
Lampiran 9 Kartu Konsultasi.....153
Lampiran 10 Kartu Konsultasi.....154
Lampiran 11 Surat Kesediaan Membimbing 155
Lampiran 12 Listing Program.....156

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengetahuan *(Knowledge)* adalah informasi yang diorganisasi *(organized)* disintesiskan atau diringkas untuk mendorong pada pemahaman kepada suatu sasaran serta pengertian (Bergeron, 2003:170). *Knowledge* (pengetahuan) adalah suatu sumber daya strategic yang sangat penting dalam lingkungan yang cenderung cepat berubah dewasa ini (Davenport & Prusak , 1988:170; Nonaka, 2007:170). Pengetahuan adalah sebuah kumpulan informasi yang kontekstual, relevan dan dapat dipakai sebagai dasar dalam melakukan suatu aksi (Turban, 2005:235).

Customer Knowledge Management (CKM) dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengembangkan pelayanan dan menciptakan hubungan baik jangka panjang antara *customer* dengan perusahaan. *Customer Knowledge Management* adalah penggabungan antara *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Knowledge Management* (KM). Menurut Novo (2001) dikutip oleh Saner dan Eyupoglo (2012) *Customer Knowledge Management* (CKM) adalah sebagian perbaikan dalam nilai pelanggan dan penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang. *Customer Knowledge Management* (CKM) menurut Zhang (2011) adalah proses, menangkap, berbagi, menerapkan data, informasi dan *knowledge* berhubungan dengan *customer* dan manfaatnya untuk perusahaan.

Honda Union Motor berdiri pada tahun 1983, yang beralamat di Jl. A. Yani No. 01, Palembang, seiring dengan berjalannya waktu Honda Union Motor telah memiliki beberapa cabang yang tersebar di beberapa daerah yaitu Lubuk

Linggau, Lahat, dan Kayuagung. Peneliti melakukan wawancara non formal dengan Staff *HRD* dan beberapa *customer* Honda Union Motor, lalu *staff HRD* menyarankan untuk melakukan penelitian di Dealer Honda Union Motor di Palembang karena dapat diakses dengan mudah dan jangkauan *customer* yang lebih dominan.

Honda Union Motor bergerak pada bidang otomotif. Honda adalah perusahaan transnasional besar dengan desain otomotif dan tim manufaktur di beberapa lokasi. Honda berusaha untuk menyeimbangkan tekanan antara lokalisasi dan globalisasi pada bisnisnya. Honda memberikan contoh hubungan antara proses bisnis dan pengakuan pentingnya komunikasi manusia dalam mengelola pengetahuan. Honda juga mengintegrasikan karakteristik kepemimpinan, budaya, pendekatan sumber daya manusia, struktur dan proses dalam menjalankan usahanya. Honda Union Motor terdiri dari 3 Bagian Kerja yaitu *Sales, Service* dan *Sparepart. Sales* adalah seorang penjual, di mana biasanya penilaian seorang sales diukur dari volume penjualan yang sudah dicapai *(closing).* Seorang *Sales* atau *Salesman* akan berurusan langsung dengan konsumen atau nasabah atau pelanggan atau klien, mulai dari hal menawarkan produk sampai dengan produk tersebut terjual atau terjadi transaksi. *Customer* Honda Union Motor memiliki Keluhan, Pujian, Penyelidikan, Kepuasan, Saran dan Lainnya. Peran *Customer Care* adalah karyawan yang bercirikan kepedulian dan memiliki pelayanan yang tulus dengan pelanggan.

Proses *sharing complaint* pengetahuan antara *Customer* dengan Perusahaan Honda Union Motor saat ini masih menggunakan metode *story telling* via telepon dengan *customer care* atau datang langsung ke Perusahaan, hal ini

mengakibatkan pengetahuan dari *customer* tidak bisa bertahan lama karena Perusahaan terkadang sering lupa dalam menampung pengetahuan yang diberikan oleh *customer*. *Customer* juga kesulitan dalam menentukan jenis kendaraan yang cocok sebagai penunjang aktivitas *customer* berdasarkan *budget* yang dimiliki oleh *customer*. Selain itu *customer* kesulitan dalam hal penyimpanan *sharing knowledge* tidak adanya sebuah system yang dapat menyimpan *sharing knowledge* dengan tampilan *Customer Knowledge Management* yang lebih *friendly* antara *customer* dengan perusahaan dan Perusahaan juga kesulitan untuk menyampaikan berbagai informasi terkini mengenai produk dan tawaran menarik kepada *customer* loyalis Honda.

Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan adanya pendokumentasian *Customer Knowledge Management* (CKM) untuk mempermudah transfer *knowledge* dari *customer* untuk perusahaan. Metode yang digunakan untuk merancang *Customer Knowledge Management* (CKM) adalah *Soft System Methodology*. *Soft System Methodology* (SSM) adalah sebuah metodologi yang membantu suatu perusahaan dalam menjelaskan tujuan mereka dan kemudian merancang system aktivitas manusia untuk mencapai tujuan tersebut.

Bentuk *Soft System Methodology* merupakan hasil perbandingan antara situasi nyata dengan sistem-sistem yang relevan terhadap aktivitas-aktivitas untuk mencapai suatu tujuan tertentu. *Soft System Methodology* (SSM) tidak membatasi permasalahan pada variabel tertentu saja namun mencoba mengidentifikasi sebanyak mungkin aspek (variabel) yang berinteraksi di dalam system. Dengan demikian pendefinisian permasalahan akan lebih lengkap karena

mempertimbangkan banyak aspek dan mampu mengantisipasi kemungkinan perubahan (dinamika) yang akan terjadi.

Dari uraian di atas, untuk membantu Honda Union Motor menyelesaikan permasalahan yang ada, penulis bermaksud untuk mengangkat masalah tersebut menjadi Laporan Tugas Akhir dengan judul **"PERANCANGAN *CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT* MENGGUNAKAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY* PADA HONDA UNION MOTOR"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah dengan dibuatnya *Customer Knowledge Management, sharing* pengetahuan antara *customer* dengan perusahaan bisa memberikan kemudahan dalam mengatasi *complaint*?
2. Bagaimana pengaruh *sharing* pengetahuan *customer* terhadap kinerja perusahaan dalam penerapan *Customer Knowledge Management*?
3. Apakah dengan dibuatnya *Customer Knowledge Management,* perusahaan bisa menyampaikan informasi dengan mudah mengenai produk dan tawaran kepada *customer*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis *knowledge sharing* antara *customer* dengan perusahaan.

2. Merancang *Customer Knowledge Management* pada Honda Union Motor sebagai wadah *sharing knowledge* antar *customer* dengan perusahaan.
3. Menerapkan *Customer Knowledge Management* menggunakan *Soft System Methodology* sebagai sarana pendokumentasian, penyebaran *knowledge* serta memudahkan perusahaan dalam mengatasi *customer complaint* dan menyampaikan informasi mengenai produk atau penawaran.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. *Customer Knowledge Management* dapat menjadi sarana pusat informasi yang dipercaya.
2. Meningkatkan budaya *sharing knowledge* antara *customer* dengan perusahaan.
3. Menyimpan dan mengelola *knowledge* secara terstruktur, sehingga *knowledge* dapat dimanfaatkan dengan baik dan tidak mudah hilang.
4. Meningkatkan *knowledge* mengenai jenis kendaraan dan tawaran menarik lainnya dari perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari permasalahan pokok, maka penulis membatasi ruang lingkup dari permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Objek penelitian fokus pada bagian *Sales*, *Service dan Complaint Customer* pada Dealer Honda Union Motor.

2. Ruang lingkup data *Knowledge Sharing* hanya mencakup *Sales, Service, Complaint Customer*.
3. Model *Customer Knowledge Management* (CKM) yang digunakan hanya fokus pada Campaign Management, Service Management dan Complaint Management yang hanya berisi tentang *content, competence, composition* dan *collaboration*.
4. Menggunakan *Soft System Methodology* (SSM).
5. Merancang *Customer Knowledge Management* berbasis web menggunakan PHP.

DAFTAR PUSTAKA

Checkland, Peter ; Scholes, Jim. 1999. Soft System Methodology in Action : A 30-year Retrospective, John Wiley & Sons, Ltd. (UK)

Dalkir, K. (2011). *Knowledge management in Theory and Practice.* Massachusetts: The MIT Press.

Nawawi, I. (2012). *Manajemen pengetahuan.* Indonesia: Ghalia Indonesia.

Nonaka, I. and H. A. Takeuchi. *The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation.* New York: Oxford university press, 1995.

Saneyei, A., & Sadidi, M. (2011). Investigation of Customer Knowledge Management (CKM) dimension: A survey research. *International Journal of Business and Management,* 6(11), 234-239.

S, R. A., & Shalahudin, M. (2013). *Rekayasa Perangkat Lunak.* Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Informatika Bandung. Retrieved Januari 3, 2017

Wiig, Karl (1997). *Knowledge Management: An Introduction and Persepective. Journal of Knowledge Management.* Vol. 1, No. 1, pp.6-14.

Wilde, S. (2011). *Customer Knowledge Management – Improving Customer Relationship Through Knowledge Application.* New York: Springer.