

## **ABSTRAK**

*Dalam menghadapi persaingan di dunia TI yang semakin ketat, perlu adanya nilai tambah bagi perusahaan agar selalu menjadi pilihan bagi pelanggan. Strategi bisnis yang diterapkan selain harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan juga harus memenuhi harapan pelanggannya. Adanya perbedaan antara persepsi dan harapan atau kepentingan pelanggan dengan penilaiannya terhadap kinerja perusahaan akan menjadi hambatan utama yang pada akhirnya akan menurunkan profitabilitas dari perusahaan.*

*PT. ECS Indo Jaya merupakan sebuah perusahaan di bidang TI yang memiliki misi untuk memuaskan pelanggannya. Sebagai importir dari produk TI yang memiliki reputasi internasional, perusahaan ini berupaya keras untuk menerapkan strategi penjualan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya.*

*Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk menguji kinerja apakah perusahaan ini telah memenuhi harapan pelanggannya. Penelitian dilakukan dengan mendapat masukan pelanggan atas beberapa kategori melalui kuesioner. Melalui kuesioner ini perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa yang menjadi problem dalam pelayanan terhadap pelanggan. Selain itu dilakukan juga analisa dengan menggunakan Dynamic CRM Framework untuk mengetahui apakah hubungan terhadap pelanggan utama dari PT ECS Indo Jaya menguntungkan.*

*Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan di antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Faktor pelayanan merupakan isu penting dalam harapan dan kinerja.*

***Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Harapan-Kinerja, dan CRM.***

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunia yang diberikan-Nya, baik dorongan, bimbingan, kekuatan, rahmat dan hikmatnya. Dengan kekuatan yang diberikan oleh-Nya itu maka tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk penyelesaian Program Pascasarjana Universitas Bina Nusantara dalam mencapai gelar Magister Manajemen Sistem Informasi. Penyelesaian tesis dilakukan oleh team (Group Field Project) yang terdiri atas 2 orang dan dengan dorongan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak guna mencapai hasil yang memuaskan. Pada kesempatan ini para penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua dan keluarga dari masing – masing penulis, dimana selalu memberikan doa dan dorongan untuk mewujudkan cita-cita para penulis guna mendapatkan gelar Magister Manajemen Sistem Informasi di Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M.App.Sc., sebagai Rektor Universitas Bina Nusantara.
3. Bapak Firdaus Alamsjah, Ph.D, sebagai Dekan Eksekutif Program Pascasarjana Manajemen Universitas Bina Nusantara.
4. Bapak Minaldi Loeis, M.sc., M.M, MBA, sebagai Dosen Pembimbing merangkap Dekan Program Pascasarjana Manajemen yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan pengarahan dalam penyusunan tesis.
5. Bapak Tantri Bisono, sebagai Direktur PT ECS Indo Jaya.
6. Bapak Hendra, sebagai manajer produk PT ECS Indo Jaya.
7. Bapak Setiawan Suryana.
8. Bapak-bapak dan ibu-ibu yang ada di masing-masing divisi PT ECS Indo Jaya yang telah memberikan informasi-informasi yang sangat berarti untuk terwujudnya tesis ini.

9. Teman-teman yang turut membantu dan selalu memberikan dukungan selama penyusunan tesis ini.

Demikianlah kami haturkan rasa terimakasih dan penghargaan kepada yang telah memberikan sumbangsih dan dorongan kepada penulis. Dalam penyusunan tesis ini tentu saja masih banyak terdapat kekurangan dan penyajiannya pun masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun merupakan hal yang sangat berarti dan bermanfaat bagi para penulis. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian

Jakarta, Maret 2008

Penulis

# DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Dan Manfaat.....	2
1.4 Ruang Lingkup.....	3
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Teori-teori Dasar / Umum .....	4
2.1.1 Kepuasan Pelanggan .....	4
2.1.2 Populasi .....	4
2.1.3 Sample .....	5
2.1.4 Teknik Membuat Skala .....	5
2.1.5 Parameter Uji .....	6
2.1.6 Analisis GAP .....	7
2.2 Teori Khusus yang Berhubungan dengan Topik Yang Dibahas.....	9
2.2.1 Metode Pengumpulan Data .....	9
2.2.2 Teknik Menghitung Sampel .....	11
2.2.3 Statistik .....	13
2.2.4 Skala Pengukuran .....	18
2.2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	19
2.2.6 Uji Hipotesis .....	22

2.2.7	SWOT.....	24
2.2.8	Porter Strategi .....	25
2.2.9	Customer Relationship Management .....	27
2.2.10	CRM Framework .....	27

### **BAB 3 PERUMUSAN OBYEK PENELITIAN**

3.1	Profil Perusahaan .....	30
3.2	Visi dan Misi ECS Indo Jaya .....	34
3.2.1	Visi ECS Indo Jaya.....	34
3.2.2	Misi ECS Indo Jaya .....	34
3.2.3	Bisnis Strategi .....	34
3.3	Flow Penjualan PT ECS Indo Jaya .....	35
3.4	Waktu dan Tempat Penelitian .....	36
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.5.1	Populasi .....	37
3.5.2	Sampel .....	37
3.5.3	Variabel Penelitian .....	38
3.5.4	Model Penelitian .....	39
3.6	Metode Analisis .....	39
3.6.1	Cara Mengolah Data .....	40
3.6.2	Uji Validitas .....	40
3.6.3	Uji Reliabilitas .....	42
3.7	Analisis Permasalahan.....	44

### **BAB 4 HASIL PENELITIAN**

4.1	Karakteristik Responden.....	45
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
4.2	Pengolahan Hasil Penelitian .....	49
4.2.1	Analisa Data Hasil Kuesioner.....	49

4.2.2	Analisis Dasar.....	49
4.2.3	Analisis menggunakan dengan SPSS ( <i>Statistical Program For Social Science</i> ) versi 15.0 Untuk Windows atau Excel.....	49
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
4.3.1	Pembobotan Data.....	50
4.3.2	Deskripsi Data Hasil Kuesioner.....	50
4.3.3	Pembahasan Hasil Penelitian Secara Keseluruhan .....	54
4.3.3.1	Analisis Dasar.....	54
4.3.3.2	Uji Hipotesis.....	55
4.4	Kondisi IT Saat Ini.....	61
4.5	SWOT Analisis.....	62
4.6	Porter Strategi Analisis .....	63
4.7	Analisa Bisnis Proses .....	65
4.8	Analisa Dinamik CRM Framework.....	67
4.9	Analisa Biaya Effisiensi.....	69

## **BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	73

**DAFTAR ACUAN .....**75

**DAFTAR PUSTAKA .....**76

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Nilai koefisien Korelasi dan Hubungan antara X dan Y .....	20
Tabel 3.1 Tabel Skala Pengukuran Kuesioner .....	38
Tabel 3.2 Mentah Uji Validitas .....	40
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 3.4 Data Mentah Untuk Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 3.5 Data Varian .....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia .....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	48
Tabel 4.4 Tabel Mentah Kuesioner Harapan .....	51
Tabel 4.5 Tabel Mentah Kuesioner Kinerja .....	52
Tabel 4.6 Analisa Kepuasan Pengguna Secara Keseluruhan .....	54
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Dengan Menggunakan Microsoft Excel .....	57
Tabel 4.8 Bantuan Untuk Perhitungan Manual .....	59
Tabel 4.9 Kalkulasi Proses Lama Dan Baru .....	70
Tabel 4.10 Total Penghematan Per-Tahun .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	5 Strategi Porter.....	25
Gambar 2.2	Framework Dynamic Customer Relationship Management .....	29
Gambar 3.1	Struktur Organisasi.....	33
Gambar 3.1	Diagram Proses Penjualan.....	35
Gambar 3.3	Model Penelitian Untuk Menguji Kepuasan Pelanggan .....	39
Gambar 4.1	Komposisi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4.2	Komposisi Responden Menurut Usia.....	47
Gambar 4.3	Komposisi Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	48
Gambar 4.4	Snake Diagram.....	55
Gambar 4.5	Kurva Uji Hipotesis.....	61
Gambar 4.6	Analisa 5 Strategi Porter .....	63
Gambar 4.7	Proses Bisnis yang Baru.....	66
Gambar 4.8	Dinamik CRM.....	67