

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia otomotif mengalami banyak perubahan sejak awal perang dunia satu, hal tersebut diindikasikan dari permulaian dalam produksi massal mobil pada Tahun 1940. Dengan perkembangan proses manufaktur mobil sampai pada zaman sekarang industri otomotif kian berkembang untuk memproduksi kendaraan roda empat berbasis tenaga listrik atau yang kita kenal sebagai electric vehicle, Toyota merupakan salah satu dari perusahaan yang sedang mengembangkan kendaraan roda empat mereka sendiri untuk menjadi kendaraan bertenaga listrik.

Dikutip dari artikel kementerian perindustrian republik Indonesia yang berjudul “Industri Otomotif jadi sektor andalan ekonomi nasional”, menurut Menteri Perindustrian Agus Gumiwang (2021) Sektor industri otomotif telah menyumbang nilai sebesar Rp99,16 Triliun yang berkorelasi dengan kapasitas produksi industri sebesar 2,35 Juta Unit per Tahun yang juga mempekerjakan Tenaga kerja aktif sebanyak 38,39 Ribu orang. Disini dilihat bahwa industri otomotif merupakan salah satu penyumbang nilai terbesar dan menjadi salah satu bagian terpenting di perkembangan perekonomian di Indonesia.

Toyota di perkembangan pesat industri Otomotif di Indonesia menduduki posisi yang cukup bagus, menurut data gabungan industri kendaraan bermotor (Gaikindo) Toyota berhasil mendorong pertumbuhan penjualan mobil menjadi 20% atau sebanyak 209.631 Unit mobil dan mendapatkan market share diatas 31%. Tunas Toyota sendiri menurut halaman atau *website* perusahaan memiliki 161 Cabang tersebar diseluruh Indonesia dan wilayah padat negara, Toyota Lean CRM yaitu sebuah strategi dalam menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dengan meninjau dan mengobservasi perilaku konsumen dan memberikan pelayanan yang berpotensi untuk memberikan customer satisfaction yang maksimum. Di Tunas Toyota Ciputat staff showroom berperilaku dan berpakaian dengan rapih untuk menunjukkan profesionalitas dan juga kerapihan dalam bekerja, tidak terlepas dari perilaku yang harus diperlihatkan kepada konsumen ketika bekerja harus sesuai dengan standar service quality perusahaan,

Selaras dengan misi PT. Tunas Ridean TBK yaitu memberikan pengalaman “Peace of Mind” dengan customer, hal tersebut juga didorong dengan berbagai macam nilai yang diterapkan oleh perusahaan tersebut yaitu: Integrity, Customer focus, Pro-active, respect, dan Intrapreneurship. Dengan nilai-nilai yang diterapkan maka hal tersebut merupakan upaya perusahaan dalam prosesnya untuk mencapai visi dan misi yang sudah ditetapkan.

Customer Relationship Management (CRM) didefinisikan oleh Laudon and Traver (2002) sebagai suatu proses atau aktivitas yang dijalankan suatu bisnis untuk manage data mengenai interaksi perusahaan dengan konsumen dalam jumlah yang banyak. Tujuan dari CRM sendiri adalah untuk mempertahankan ketertarikan konsumen terhadap perusahaan dan juga untuk mendorong kemajuan dalam penjualan produk perusahaan, di Tunas Toyota Ciputat Tanggung jawab CRM jatuh ditangan Customer Relationship Coordinator demi menjaga hubungan yang baik dengan konsumen yang berhubungan dengan Tunas Toyota Ciputat mulai dari Customer Satisfaction sampai kepada penyelesaian permasalahan konsumen yang berkaitan dengan Tunas Toyota Ciputat.

Menurut Hall, J, A (2011) Database management system atau dikenal sebagai DBMS didefinisikan sebagai sebuah perangkat lunak untuk membuat dan mengatur sebuah database dengan memperoleh elemen-elemen penting pengguna yang berwenang untuk mengakses perangkat lunak tersebut, database management system merupakan hal yang cukup penting untuk dimiliki oleh perusahaan karena database management system membantu perusahaan untuk menyimpan informasi yang berhubungan dengan aktivitas bisnis perusahaan seperti customer database, di Tunas Toyota Ciputat Database management system yang digunakan untuk manage database customer saat after sales and process penjualan produk adalah I-CARE yaitu database management system yang dijadikan wadah untuk menyimpan dan mengatur informasi mengenai konsumen demi kelancaran aktivitas bisnis perusahaan.

Customer Relationship Coordinator (CRC) adalah karyawan perusahaan yang bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan terbaik kepada customer atas nama perusahaan, customer relationship juga bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan konsumen saat melakukan service di dealership dan memastikan bahwa mereka

mendapatkan pelayanan terbaik dari staff dealership. Di Tunas Toyota Ciputat CRC juga bertanggung jawab untuk melakukan customer information management dengan dibantu oleh database management system Tunas Toyota Ciputat yaitu I-CARE, maka dari itu jobdesk tersebut harus diberikan kepada seseorang yang berkualifikasi dan teliti pada pekerjaan agar aktivitas bisnis tidak terganggu dengan banyaknya masalah yang timbul seperti misinformasi pada database customer.

Customer satisfaction yang didefinisikan oleh Kotler (2009) adalah perasaan yang dirasakan oleh konsumen yang muncul setelah mendapatkan hasil kinerja atau produk perusahaan yang dibandingkan dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Customer satisfaction di Tunas Toyota sendiri bergantung dengan kualitas dari produk yang ditawarkan di dealership dan juga pelayanan saat datang ke Tunas Toyota Ciputat, disini tanggung jawab untuk memastikan customer mendapatkan pelayanan yang terbaik jatuh kepada tangan Customer relationship Coordinator sebagai salah satu tugas atau jobdesk untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer sesuai dengan misi pertama perusahaan yaitu memberikan kesan “Peace of mind” bagi customer sehingga customer tidak menghawatirkan suatu apapun dan puas dengan pelayanan dealership.

Ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi Customer satisfaction konsumen yaitu:

1. Kualitas Produk Perusahaan

- Hal tersebut merupakan salah satu factor yang sangat penting untuk dimonitor oleh perusahaan Ketika Customer/Konsumen melakukan pembelian produk mereka, jika produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen maka hal tersebut dapat berpengaruh kepada kepuasan yang didapati oleh konsumen. Metode yang dapat dilakukan perusahaan Ketika mempertahankan kualitas produk mereka adalah dengan melakukan pengembangan dan juga perubahan sesuai dengan customer profiling mereka dan oleh karena itu maka aktivitas Customer/Consumer profiling juga merupakan hal yang penting dan wajib dilakukan oleh perusahaan Ketika sedang memperbaiki dan mengembang produk yang mereka tawarkan kepada konsumen.

2. Pelayanan Berkualitas

- Pelayanan dengan sifat atentif dan responsif sangat dihargai oleh konsumen maka dari itu perusahaan harus melakukan monitor secara berkala untuk kualitas pelayanan di cabang karena dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat berdampak baik pada tingkat kepuasan yang diterima oleh pelanggan atau konsumen.

3. Produk yang Terjangkau bagi Target Consumer Perusahaan/Produk

- Dengan memberikan harga yang kompetitif dan terjangkau tentu dapat berdampak pada kepuasan pelanggan, dengan harga sesuai dengan value yang ditawarkan oleh perusahaan. Dampak yang dapat terlihat pada kepuasan pelanggan adalah pelanggan yang puas dengan produk yang mereka beli dan juga dapat mengakibatkan konsumen tersebut untuk mempromosikan produk kepada kerabat-kerabatnya sehingga menjadi promotore bagi perusahaan.

Tidak hanya itu ada juga beberapa manfaat yang bisa dirasakan oleh perusahaan Ketika mereka dapat mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai ekspektasi bahkan melebihi ekspektasi konsumen:

1. Loyalitas Pelanggan

- Dengan mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan maka salah satu dampak yang dapat dirasakan perusahaan adalah loyalitas pelanggan yang meningkat sehingga customer/konsumen yang Kembali untuk melakukan repurchasing atau pembelian Kembali produk yang disediakan oleh perusahaan dapat terlihat. Dampak lain juga bisa dilihat saat konsumen menjadi promotore produk perusahaan dengan menggunakan Teknik Word of Mouth atau WOM. Menurut Tjiptono, (2005) word of mouth adalah pernyataan yang bersifat operasional dan non personal yang orang lain sampaikan kepada sesama selain penyedia layanan, yang dapat diartikan bahwa berita mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan menyebar melalui pernyataan yang disebarkan oleh konsumen kepada calon konsumen yang lain.

2. Brand Image baik di mata Konsumen

- Dengan menjaga tingkat kepuasan konsumen akan berdampak baik pada Brand Image perusahaan, Menurut Julius (2016:60) *Brand Image adalah keinginan konsumen berfikir, merasa, dan berbuat terhadap merek*. Maka bisa diartikan bahwa aksi yang dapat memberikan dampak positif dan negatif kepada perusahaan oleh konsumen, salah satu factor yang dapat memicu dampak tersebut adalah *perceived customer satisfaction* atau tingkat kepuasan pelanggan yang diterima oleh konsumen.

3. Meningkatkan Laba Perusahaan

- Dengan memberikan tingkat *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan yang ideal akan memiliki dampak terhadap Laba Perusahaan tentunya, dengan adanya tingkat kepuasan pelanggan yang baik maka konsumen akan terdorong untuk menjadi promotore untuk produk/ perusahaan sehingga dapat memicu konsumen yang akan melakukan *repurchasing*, menurut Nicholas Wilson & Keni(2018:295) *Repurchase Intention* adalah niat, intensi, keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kedua atau lebih terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dapat diartikan bahwa dengan adanya *repurchase intention* maka dapat berdampak pada Laba yang diperoleh oleh perusahaan dari *purchase* yang dilakukan oleh consumer.

Di Tunas Toyota Ciputat terdapat *Customer Relationship Coordinator* yang bertanggung jawab atas tracking kualitas kepuasan pelanggan untuk cabang, *Customer relationship coordinator* melakukan aktivitas tersebut melalui system yang dinamakan *voice of customer* atau *VOC* jika dipersingkat, *VOC* merupakan sebuah survey yang diberikan oleh Tunas Toyota Ciputat kepada customer/consumer Ketika mereka sudah melakukan pembelian produk Toyota di Tunas Toyota Ciputat atau sudah melakukan servis kendaraan, dengan mengisi link tersebut maka *CRC* dapat memperhitungkan tingkat kepuasan konsumen Ketika sudah mendapatkan hasil melauai laporan yang sudah dirancang oleh system dalam format excel pada *I-CARE Database management system* yang dimiliki PT. TUNAS RIDEAN TBK, oleh karena itu maka *Customer relationship*

Coordinator bertanggung jawab atas hasil tersebut sehingga harus memastikan bahwa Customer Satisfaction sesuai standar perusahaan.

Selain itu CRC juga kerap diobservasi oleh PT. TUNAS RIDEAN TBK melalui sistem Human resource management yang Bernama Key Performance Indicator atau KPI, KPI menurut Jacques Warren (2011) sistem yang bertujuan untuk mengukur sebuah organisasi dan menilai proses eksekusi visi dan misi strategis perusahaan, dalam visi dan misi perusahaan tentunya harus ada unsur strategis interaktif dan terintegrasi secara menyeluruh dengan setiap organisasi di perusahaan atau bisnis tersebut. Dapat diartikan bahwa key performance indicator adalah sebuah sistem perusahaan yang dapat membantu perusahaan tersebut untuk mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas kinerja perusahaan dalam upayanya untuk mencapai target yang sudah ditetapkan melalui pengukuran tingkat kinerja karyawan dan strategi perusahaan yang diimplementasikan pada kinerja perusahaan.

Tipe-Tipe Key Performance Indicator:

I. KPI Financial

- Adalah Key Performance Indicator sistem yang berkaitan langsung dengan keuangan perusahaan, di sistem tersebut pengukuran yang dilakukan berkorelasi langsung dengan kondisi keuangan perusahaan, key performance indicator tersebut digunakan oleh perusahaan yang memiliki sistem manajemen untuk mengatur aliran keuangan perusahaan yang meliputi pengeluaran dan pemasukan. Perusahaan juga akan mengukur dan mendata setiap proses transaksi yang dilakukan oleh perusahaan.

II. KPI Non-Financial

- Adalah Sistem Key Performance Indicator yang intinya adalah mengukur performa dan kinerja karyawan perusahaan dalam mencapai target pengaruh yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Pada sistem ini tetap akan mempengaruhi keuangan perusahaan tetapi secara tidak langsung, Sistem pengukuran nonfinancial ini berpotensi untuk didapatkan dari luar atau dalam perusahaan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

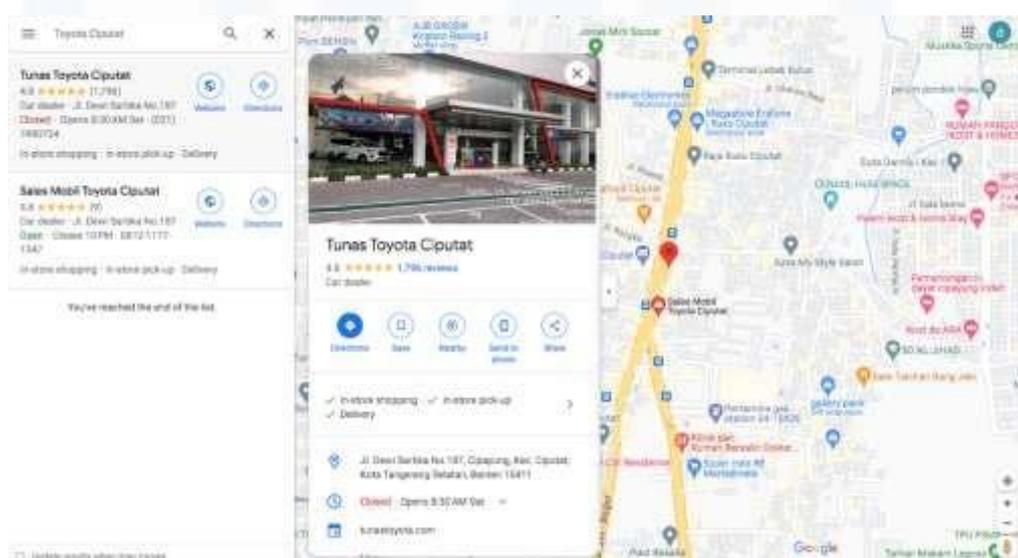
Dalam upaya untuk memenuhi persyaratan kelulusan perkuliahan pada mata kuliah EM929 Industry experience, adapun tujuan lain untuk kerja praktik tersebut yaitu:

- Untuk menganalisis faktor-faktor penting yang harus diperhatikan dalam Customer Relationship Management oleh CRC.
- Untuk mengevaluasi strategi CRM yang diterapkan oleh PT. Tunas Ridean TBK Di Tunas Toyota Ciputat.
- Memberikan solusi jika terdapat sebuah process yang kurang efisien dan efektif.
- Untuk memenuhi syarat ketentuan magang MBKM 800 Jam Kerja.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu dan Tempat pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan praktik kerja dilaksanakan di Tunas Toyota Ciputat yang terletak di Jl. Dewi Sartika No. 187, Cipayung, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15411, praktik kerja berlangsung dari tanggal 22 Februari sampai dengan 22 Juni yaitu sekitar 5 Bulan. Kegiatan praktik kerja dilakukan pada hari Senin sampe Minggu dengan jam berbeda yaitu Senin – Jumat Jam 08:00 sampai dengan Jam 18:00 dan Hari Sabtu-Minggu Jam 08:00 Sampai dengan Jam 11:00 dengan sistem kerja Work from Office (WFO). Penempatan kerja magang sebagai Assisten daripada Customer Relationship Coordinator.



Gambar 1.1 LOKASI TUNAS TOYOTA CIPUTAT

Sumber: Data Penulis 2023

Menjelaskan waktu pelaksanaan kerja magang dan prosedur kerja magang yang dilaksanakan oleh mahasiswa magang di instansi/ perusahaan tempat pelaksanaan kerja magang.

1.3.2 Prosedur pelaksanaan Kerja Magang

1. Prosedur Awal

- I.** Memberikan Curriculum Vitae (CV) dan Portofolio kepada Tunas Toyota Ciputat dan melaksanakan interview pada 20 Februari 2023
- II.** Mendapatkan balasan dan hasil interview pada 21 Februari 2023
- III.** Mengisi KM-01 sebagai perizinan tempat magang, dan KM-02 yang didapatkan dari perusahaan tempat magang pada 22 Februari 2023 yaitu hari mulai dalam process kerja magang di Tunas Toyota Ciputat.
- IV.** Membuat Laporan kerja magang sebagai bentuk tanggung jawab terhadap Universitas dan perusahaan tempat magang

2. Prosedur Training Dan pengenalan Fasilitas

- I.** Training dilakukan oleh CRC yang dibantu oleh Asisten CRC sebelumnya, Training atau pelatihan kepada penulis sebelum melaksanakan praktik kerja magang di Tunas Toyota Ciputat melingkupi berbagai macam tugas yang wajib dilakukan oleh Asisten CRC dalam aktivitas pekerjaan sehari hari yaitu:

- **VOC Finalization**

- VOC Finalization adalah aktivitas pekerjaan yang dilakukan CRC untuk memfiltrasi data yang tidak akurat pada VOC atau Voice of Customer.

- **PKB Report design with Excel**

- PKB Report adalah laporan yang dirancang oleh CRC atau Customer Relationship Coordinator untuk Service Advisor atau SA dalam aktivitas pengingatan Kembali konsumen untuk melakukan servis kendaraan pribadi mereka.

- **Inquiry Customer Data Input**

- Akitivitas pekerjaan CRC yang ini bertujuan untuk mendata dan melakukan customer profiling, disini CRC akan mengidentifikasi customer yang telah melakukan Servis dan input data kedalam database management system Tunas Toyota yaitu I-CARE untuk menyimpan hasil observasi perusahaan terhadap konsumen Ketika sedang servis kendaraan.

- **VOC Sales Assisting Input**

- VOC Sales atau Voice of Customer Sales adalah survey kepuasan pelanggan yang didapatkan oleh Konsumen yang berinteraksi oleh Department Sales and Marketing, disini konsumen akan mengisi link kepuasan pelanggan yang diberikan oleh sales yang nantinya akan dimasukan kedalam Database Management System yang dimiliki oleh Tunas Toyota yaitu I-CARE dengan adanya data informasi tersebut maka supervisor daripada CRC dapat melakukan observasi dan koreksi apabila CRC telah menginput data yang tidak valid.

- **VOC GR/ Aftersales**

- VOC GR atau Aftersales adalah survey kepuasan pelanggan yang didapatkan oleh konsumen setelah mereka melakukan servis kendaraan dengan department Bengkel, oleh karena itu maka CRC berkoordinasi dengan Department Bengkel untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan melalui survey yang sudah disediakan.

- **VOC GR/SALES REPORT**

- VOC GR/Sales Report adalah laporan utama yang dibuat setiap bulan untuk head office daripada Tunas Toyota yang berlokasi di Jakarta Selatan Pasar minggu, Laporan tersebut dibuat di Aplikasi Excel dengan menunjukkan secara presentase VOC yang terkumpul yang kemudian akan dibandingkan dengan Target VOC yang dimiliki oleh Head office untuk setiap cabang, Sistem tersebut merupakan salah satu bagian dari Key Performance Indicator yang

dimiliki dalam sistem pengukuran tingkat efisiensi dan efektivitas setiap cabang.

- **EDC VOC**

- VOC EDC adalah Voice of Customer yang memiliki Unsur ketidakpuasan terhadap produk dan servis yang diberikan oleh cabang, pada VOC tersebut CRC akan melakukan input data pada Database Management System Tunas Toyota yaitu I-CARE sehingga feedback yang didapatkan oleh konsumen dapat diterima dengan baik oleh PT. TUNAS RIDEAN TBK

II. Pengenalan Fasilitas Showroom

- Dengan berlangsungnya praktik kerja magang di Tunas Toyota Ciputat, penulis juga dirundown melalui fasilitas yang dimiliki oleh Showroom Tunas Toyota Ciputat yang bertujuan untuk mengenali area cabang, area cabang melingkupi parkir unit baru serta parkir khusus karyawan.

lalu masuk kedalam gedung Tunas Toyota Ciputat diperkenalkan oleh ketiga Service advisor bernama Pak Amirudin, Pak Danca Aji Cahya, dan juga Pak Gregorius Haryono yang bertanggung jawab mengenai process booking servis dan administrasi kendaraan pribadi konsumen saat melakukan servis di Cabang.

Selanjutnya penulis diperkenalkan dengan tempat saya akan melaksanakan praktik kerja magang penulis di Tunas Toyota Ciputat yaitu di counter layanan pelanggan yang merupakan tempat Customer Relationship Coordinator melakukan aktivitas sehari-harinya dan dapat melakukan monitoring dan observasi di cabang.

Setelah itu penulis diberikan tour ke lantai dua Tunas Toyota Ciputat yang berisi Ruang briefing Sales and Marketing department, Lantai tersebut melingkupi kantor kepala cabang, dan juga ruang administrasi untuk Sales and Marketing Department, selain itu terdapat fasilitas kantin atau employee break room ketika karyawan cabang dapat beristirahat.

III. Pengenalan Peraturan di Tunas Toyota Ciputat untuk Intern

- Peraturan-Peraturan di showroom:
 - Meja CRC tidak boleh kosong pada saat working hours yaitu 08:00 – 11:50 dan 13:00 – 18:00.
 - Intern dilarang Masuk ke Grup Sales tanpa sepengetahuan CRC/ Customer Relationship Coordinator.
 - TV Kounter Layanan Pelanggan wajib nyala pada jam operasional yaitu 08:00 -17:00.
 - Sales/Wiraniaga tidak boleh menitipkan SPK tertulis dan tidak tertulis pada desk Kounter Penjualan.
 - Semua yang berhubungan mengenai pemberian otoritas dan stempel harus diinfokan kepada CRC apabila urgent.
 - Validasi SPK dan hubungan dengan customer secara langsung harus dimonitor oleh CRC untuk memastikan kepuasan pelanggan sesuai dengan standar perusahaan.

IV. Pengenalan Produk Toyota dan Briefing untuk program Bulan Febuari – Juni

- Pada awal permulaan praktik kerja magang penulis juga debriefing mengenai program bulan Febuari-Juni yang akan dijalani oleh CRC yang tidak hanya melingkupi pekerjaan sehari-hari CRC tetapi beberapa Agenda yang CRC akan koordinasi bersama kepala cabang untuk memenuhi nilai nilai yang diterapkan oleh PT. TUNAS RIDEAN TBK di cabang Tunas Toyota untuk karyawan dan customer.
- Pengenalan Produk
 - Pengenalan produk melingkupi berbagai macam produk yang disediakan di Cabang Tunas Toyota seperti All new Agya yang baru launching pada Bulan Mei 2023, Toyota Raize, Avanza, Veloz, Hilux, dan masih banyak lagi produk yang dijual di Cabang
- Pengenalan Program Febuari-Juni
 - Pengenalan Program Febuari-Juni juga dilakukan oleh CRC Terhadap penulis untuk mempersiapkan penulis dalam membantu CRC menyiapkan planning dan scheduling untuk program, program tersebut melingkupi launching unit Agya baru

yang melibatkan CRC untuk mempersiapkan barang display dan juga dekorasi berupa umbul-umbul, Balon Gapura, dan X-banner sebagai salah satu metode marketing yang dilakukan cabang di showroom.

- Pengenalan Aktivitas Employee Happiness
 - Selain launching produk CRC juga bertanggung jawab terhadap *employee happiness* atau kebahagiaan karyawan, maka dari itu ada program jalan-jalan yang diadakan Tunas Toyota Ciputat 2 kali dalam Setahun guna mempertahankan kebahagiaan karyawan ketika sudah mencapai target yang sudah disetujui untuk program 6 bulan dari 12 bulan dalam Setahun. Program tersebut sempat diikuti oleh penulis yang ditajuk "*Tunas Toyota Ciputat goes to Bandung*" pada acara tersebut karyawan Tunas Toyota Ciputat beserta penulis akan berangkat ke Bandung untuk menikmati suasana di daerah Dago Pakar selama semalam di Villa, CRC juga merancang berbagai macam games siang dan malam untuk menghiburkan karyawan di Villa.

- Pengenalan Aktivitas BPS Contest
 - Setelah aktivitas demi meningkatkan kebahagiaan karyawan ada juga aktivitas lomba yang diadakan oleh Head office bagi CRC PT. TUNAS RIDEAN TBK Tunas Toyota yaitu BPS Contest yang bertujuan untuk memicu kreativitas CRC dalam mengembangkan sebuah sistem yang dapat memberikan dampak baik kepada konsumen dan dapat menciptakan calon-calon real promotore bagi perusahaan, program diikuti oleh penulis dengan membantu menciptakan sistem baru yang akan digunakan CRC saat melakukan follow up pada customer.