

Sistem Informasi Customer Relation Management Pada Bengkel Sepeda Motor (STUDI KASUS: Bengkel Motor Moto Italiana)

ABSTRAK

Pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam lima tahun terakhir. Dengan semakin banyaknya jumlah sepeda motor yang beredar di jalan raya, kebutuhan akan layanan perawatan dan perbaikan juga semakin meningkat. Bisnis bengkel motor sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Bengkel Moto Italiana merupakan salah satu bengkel sepeda motor yang berdiri sejak tahun 2015. Bengkel Moto Italiana memiliki peralatan yang diperlukan untuk melakukan perawatan dan pembelian suku cadang. Namun, pelayanan yang dilakukan pihak bengkel masih bersifat manual, hanya proses pembayaran yang sudah menggunakan sistem. Untuk mencapai tujuan ini, teknologi informasi sangat penting untuk pengelolaan hubungan pelanggan yang efektif. Teknologi ini dapat menggabungkan berbagai elemen pengelolaan bengkel, membantu bengkel motor menemukan peluang bisnis baru, meningkatkan retensi pelanggan, dan mengoptimalkan proses pemasaran. Oleh sebab itu, penulis merancang sebuah sistem informasi CRM berbasis website dengan menggunakan metode waterfall untuk mendukung proses pekerjaan bengkel Moto Italiana dengan pelanggan, meningkatkan pemasaran dengan merancang media promosi berbentuk website dan membantu bengkel Moto Italiana dalam pengelolaan data pelanggan.

Kata kunci : Bengkel, CRM, Waterfall.

Customer Relations Management Information System in Motorcycle Workshops (CASE STUDY: Moto Italiana Motorcycle Workshop)

ABSTRACT

The growth of the motorcycle industry in Indonesia has increased significantly in the last five years. With the increasing number of motorbikes on the road, the need for maintenance and repair services is also increasing. The motorbike workshop business is strongly influenced by customer satisfaction. Moto Italiana Workshop is one of the motorbike workshops that was established in 2015. The Moto Italiana workshop has the necessary equipment to carry out maintenance and purchase spare parts. However, the services provided by the workshop are still manual, only the payment process has used the system. To achieve this goal, information technology is essential for effective customer relationship management. This technology can combine various elements of workshop management, help motor workshops find new business opportunities, improve customer retention, and optimise marketing processes. Therefore, the author designs a website-based CRM information system using the waterfall method to support the Moto Italiana workshop's work process with customers, improve marketing by designing promotional media in the form of a website and help Moto Italiana workshops manage customer data.

Keywords : Workshop, CRM, Waterfall.