

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



SKRIPSI

**PENGARUH APLIKASI BERBASIS CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP
KUALITAS PELAYAN DIVISI NIAGA DI PT
PELAYARAN BAHTERA ADHIGUNA**

Oleh :

NABILA EKA ZAHRA

NRP. 463200669

PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV

JAKARTA

2024

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



SKRIPSI

**PENGARUH APLIKASI BERBASIS CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP
KUALITAS PELAYAN DIVISI NIAGA DI PT
PELAYARAN BAHTERA ADHIGUNA**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Penyelesaian Program Pendidikan Diploma IV**

Oleh :

NABILA EKA ZAHRA

NRP. 463200669

PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV

JAKARTA

2024

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NABILA EKA ZAHRA
NRP : 463200669
PROGRAM PENDIDIKAN : DIPLOMA IV
PROGRAM STUDI : KETATALAKSANAAN ANGKUTAN LAUT
DAN KEPELABUHANAN
JUDUL : PENGARUH APLIKASI BERBASIS
CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN DIVISI NIAGA DI PT
PELAYARAN BAHTERA ADHIGUNA

Jakarta, 9 Juli 2024

Pembimbing Utama

M. Yusuf, S.E., M.M.

Pembina (IV/a)

NIP. 19591212 198403 1 007

Pembimbing Pendamping

Sursina, S.T., M.T.

Penata Tk. 1 (III/d)

NIP. 19720723 199803 2 001

Mengetahui,

KETUA JURUSAN KALK

Dr. Vidya Selasдини, S.Si.T., M. M.Tr.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19831227 200812 2 002

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : NABILA EKA ZAHRA
NRP : 463200669
PROGRAM PENDIDIKAN : DIPLOMA IV
PROGRAM STUDI : KETATALAKSANAAN ANGKUTAN LAUT
DAN KEPELABUHANAN
JUDUL : PENGARUH APLIKASI BERBASIS
CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN DIVISI NIAGA DI PT
PELAYARAN BAHTERA ADHIGUNA

Ketua Penguji

Capt. Vega F. Andromeda, S.ST., S.Pd., M.Hum., M.Mar.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19770326 200212 1 002

Anggota Penguji

Ronald Simanjuntak, M.T.

Pembina (IV/a)

NIP. 19750616 200604 1 001

Anggota Penguji

M. Yusuf, S.E, M.M.

Pembina (IV/a)

NIP. 19591212 198403 1 007

Mengetahui,

KETUA JURUSAN KALK

Dr. Vidya Selasdini, S.Si.T., M. M.Tr.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19831227 200812 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang tidak terkira sehingga dengan izin-Nya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dimana merupakan suatu kewajiban bagi setiap Taruna dan Taruni Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta untuk menyusun skripsi yang telah ditentukan oleh Pendidikan, sebagai salah satu persyaratan kelulusan program D-IV tahun ajaran 2024. Penyusunan skripsi ini didasarkan atas pengalaman yang Penulis dapatkan selama menjalani praktek darat di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna. Serta semua pengetahuan yang diberikan oleh dosen pada saat pendidikan dengan melalui literatur-literatur yang berhubungan dengan judul skripsi yang penulis ajukan. Adapun judul skripsi yang Penulis pilih adalah :

**“PENGARUH APLIKASI BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DIVISI NIAGA DI PT.
PELAYARAN BAHTERA ADHIGUNA”**

Dalam menyelesaikan skripsi ini, Penulis banyak memperoleh bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya kepada :

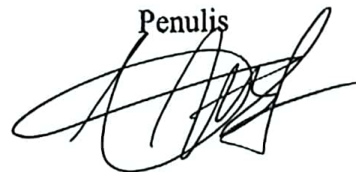
1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan lancar apapun kondisinya
2. Untuk kedua orang tua yaitu papa saya, Budi Santoso dan Lia Setia Rachmawati, mama yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, motivasi, yang selalu memberikan nasihat yang tidak bosan-bosan untuk penulis, penyemangat dan senyuman untuk penulis, dan kedua adikku, Panji Dwi Prawira dan Bima Tri Laksamana Putra yang selalu memberikan dukungan dan masukan untuk penulis.
3. Bapak Dr. Capt. Tri Cahyadi, M.H.,M. Mar selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta.
4. Ibu Dr. Vidya Selasdini S.Si.T., M.M. Tr selaku Ketua Jurusan KALK.
5. Bapak Titis Ari Wibowo, S.Si.T.,M.M. Tr selaku Sekretaris Jurusan KALK.
6. Bapak M. Yusuf, S.E, M.M dan Ibu Sursina, S.T.,M.T selaku dosen pembimbing utama dan dosen pembimbing pendamping yang membimbing dan mengoreksi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Rosna Yuherlina, S, KOM, M, M, TR selaku dosen pembimbing akademik yang membantu saya dalam akademik dan membantu menyelesaikan permasalahan pembelajaran pada semester 7 dan semester 8
8. Seluruh staf pengajar dan staf pelaksana jurusan KALK Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama penulis belajar di kampus STIP tercinta.
9. Seluruh karyawan dan sekaligus senior penulis PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna, khususnya Nior Ruth Westefien, Nior Diana Fungki, Nior Caesa Wattimena, Kak Femy Padillah dan Bapak Maris Aruan yang memberikan pelajaran-pelajaran dalam membagi ilmunya kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat penulis sejak SMA yaitu Aurian Fricillia, Annisa Permata, dan Putri Alvina terimakasih untuk kebersamaannya dan dukungan kepada penulis,
11. Seluruh member DJ 105, yaitu Windy, Violita, Yohana, Yulia, Yunida, Unsa, Aulia Sopha, Dwi dan Era yang selalu memberikan dukungan, penyemangat, dan canda tawa untuk penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan, baik dari susunan kalimat dan pembahasan materi akibat keterbatasan dalam menguasai materi serta data-data yang diperoleh banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan yang Penulis miliki. maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dan berguna bagi penulis dalam kesempurnaan skripsi ini

Jakarta, 9 Juli 2024

Penulis



NABILA EKA ZAHRA

NRP. 463200669

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH.....	3
C. BATASAN MASALAH	4
D. RUMUSAN MASALAH	4
E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	4
F. SISTEMATIKA PENULISAN	5
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. PENGERTIAN/ DEFINISI OPERASIONAL	6
B. TEORI	7
C. KERANGKA PIKIRAN	13
D. HIPOTESIS	14
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN	15
B. METODE PENDEKATAN	15
C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	16
D. POPULASI, SAMPEL, TEKNIK <i>SAMPLING</i>	18
E. TEKNIK ANALISIS DATA.....	20
 BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. DESKRIPSI DATA.....	24

	B. KARAKTERISTIK RESPONDEN	27
	C. TANGGAPAN RESPONDEN	29
	D. ANALISIS DATA.....	38
	E. PEMECAHAN MASALAH	45
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. KESIMPULAN	46
	B. SARAN	47
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi PT Pelayaran Bahtera Adhiguna	25
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	17
Tabel 3.2 Rekapitulasi Kehadiran Mitra periode Februari-Agustus 2024.....	18
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	20
Tabel 4.1 Rekapitulasi Mitra dan Frekuensi Charter Kapal	26
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	27
Tabel 4.5 Rekapitulasi Profil Responden	28
Tabel 4.6 Data Responden Terhadap Aplikasi Berbasis <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	29
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Aplikasi Berbasis <i>Customer Relationship Management</i>	31
Tabel 4.8 Data Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	33
Tabel 4.9 Hasil Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	33
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Aplikasi Berbasis <i>Customer Relationship Management</i>	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	36
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas.....	38
Tabel 4.13 Hasil Analisis Aplikasi Berbasis <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Terhadap Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabel Uji Validitas Variabel X
Lampiran 2	Tabel Uji Validitas Variabel Y
Lampiran 3	Distribusi Nilai r_{tabel}
Lampiran 4	Distribusi Nilai t_{tabel}
Lampiran 5	Tampilan Awal dan Kendala CRM
Lampiran 6	Kunjungan ke PLTU Pacitan

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin berkembang pula teknologi yang akan tercipta. Awalnya manusia menciptakan teknologi hanya untuk membantu pekerjaan yang membantu kesehariannya, namun seiring berjalannya waktu teknologi mulai berkembang untuk dapat menyelesaikan masalah yang lebih kompleks dan rumit sehingga dapat diselesaikan dengan praktis. Teknologi berjalan dalam banyak aspek kehidupan, salah satunya pada jasa kepelabuhanan dan angkutan laut. Adanya teknologi tentunya memberikan harapan tersendiri bagi manusia dalam penyelesaian masalah yang lebih mudah dan lebih cepat

PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna adalah salah satu anak perusahaan PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang bergerak dalam jasa angkutan laut di Indonesia. PT. BAg berfokus pada moda transportasi batu bara ke PLTU milik maupun yang terkait kontrak dengan PLN. Selain itu, PT BAg juga bergerak di bidang keagenan yang dikelola oleh anak perusahaan PT BAg yaitu PT Adhiguna Putra. PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna memiliki pengadaan usaha yang berjalan dalam bisnis jasa distribusi batu bara dengan transportasi laut, pengerukan (*dredging*), jasa pemuatan batu bara dengan tongkang (*barging*). Dalam pendistribusian batu bara, PLN memberikan target *shipment* bulanan untuk PT. BAg yang harus dipenuhi sehingga dalam pelaksanaannya PT. BAg menggunakan armada kapal curah dan juga *charter* kapal dari mitra/*vendor* yang telah menjalin kerja sama dengan perusahaan demi terpenuhinya target *shipment* yang diberikan.

PT. Bahtera Adhiguna mulai menerapkan teknologi dalam membantu berjalannya kegiatan *shipment* salah satunya yaitu aplikasi berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* yang diterapkan dalam penagihan kepada *customer*, serta kepada mitra atau *vendor* yang menjalin kerjasama dengan PT. Bag.

Penerapan aplikasi ini mulai berlaku pada Senin, 1 April 2023. Sebelum penerapannya, PT BAg memberikan pelayanan penagihan terhadap pihak *customer* secara manual yaitu mengirimkan dokumen melalui *e-mail* serta menerima dokumen tersebut secara fisik. PT BAg juga memberikan sosialisasi prosedur penagihan terhadap pihak internal maupun eksternal serta berdiskusi mengenai kendala yang dialami para mitra dalam pengisian data kapal untuk masing-masing *transshipment*. Penulis membandingkan situasi sebelum dan sesudah penerapan aplikasi berbasis *customer relationship management* dan menemukan fenomena gap berdasarkan potensi dan implementasi aplikasi. Penggunaan aplikasi memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan kualitas pelayanan karena dengan adanya aplikasi diharapkan dapat mempermudah dan membantu pengarsipan data pelanggan dalam bidang kemitraan dan *shipment*. Namun, implementasi dari aplikasi berbasis CRM ini belum sepenuhnya dimanfaatkan sehingga menghambat potensi teknologi ini. *Novelty* atau kebaruan pada penelitian ini yaitu aplikasi berbasis *customer relationship management* yang masih jarang ditemukan dalam industri maritim. Mengutip dalam jurnal “Pembelajaran Berbasis Proyek menggunakan Aplikasi *Open Source* Odoo pada Mata Kuliah *Enterprise Resources Planning*” oleh Himawan (2023) industri maritim lebih banyak pengarsipan data pelanggan, *tracking* hingga pembayaran dengan aplikasi berbasis *enterprise resource planning (ERP)* dan penggunaannya yang terlalu rumit dalam pengelolaan pelanggan. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan aplikasi berbasis *customer relationship management* dengan kualitas pelayanan adalah jurnal “Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bandung Sport Distro Malang)” oleh Anatasha Onna Carissa, Achmad Fauzi & Srikandi Kumadji (2014) yang menunjukkan adanya manfaat penerapan CRM dalam menjaga eksistensi bisnis jangka panjang dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya dengan komunikasi dua arah agar sesuai harapan pelanggannya.

Penulis menemukan beberapa kendala saat praktek di PT. BAg pada 2 Februari 2023 – 2 Agustus 2023 terkait penerapan sistem CRM. Beberapa kendala ini menyebabkan kegiatan penagihan berjalan kurang maksimal dan target *shipment* bulanan yang ditetapkan oleh perusahaan kurang dapat tercapai. Kendala yang dimaksud berupa belum adanya fitur pembayaran premi asuransi yang menyebabkan pembayaran dan klaim asuransi yang masih harus dilaksanakan secara manual. Dimulainya penerapan aplikasi seharusnya dapat menampung semua tahapan *shipment* termasuk dalam fitur pembayaran dan klaim asuransi

mengenai kapal yang di *charter* serta muatan yang dibawa karena asuransi tertera dalam kesepakatan antar pihak. Kendala lain yang dialami penulis yaitu belum optimalnya penagihan berdasarkan kelengkapan dokumennya, dokumen yang dikirimkan baik secara fisik maupun *e-mail* masih seringkali terdapat perbedaan data sehingga menghambat kegiatan penagihan pembayaran *freight*. Penagihan manual bila ditinjau berdasarkan standarisasinya cukup memakan waktu selama satu minggu. Dalam hal ini dapat dilihat secara standarisasi penagihan seharusnya bisa berjalan kurang dari satu minggu, namun realisasinya penagihan berjalan selama lebih dari 1 minggu. Kendala lainnya yang ditemukan penulis yaitu kurang adanya penanganan kendala dari para mitra yang disampaikan baik secara langsung maupun melalui survey kepuasan pelanggan. Kendala tersebut dapat terlihat dari konsistensi para mitra yang berubah-ubah untuk menggunakan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna. Selain itu penulis juga menemukan kendala yang masih umum terjadi pada aplikasi yang baru dikembangkan yaitu *down system*. Hal ini cukup wajar terjadi karena *CRM* merupakan aplikasi yang masih dalam tahap pengembangan walaupun sudah diterapkan. Faktor penghambat lain yang penulis dapatkan yaitu kurang familiasasinya pihak - pihak terkait. Hal ini dapat diminimalisir dengan adanya sosialisasi yang diberikan pada pihak internal maupun eksternal.

Sehubung dengan uraian di atas maka penulis mengambil judul skripsi mengenai :

“Pengaruh Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management* Terhadap Kualitas Pelayanan Divisi Niaga di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna”

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan hal yang melatarbelakangi aplikasi berbasis *CRM* tersebut, penulis akan membahas karya ilmiah berdasarkan identifikasi sebagai berikut:

1. Belum tersedianya fitur pembayaran premi asuransi dalam penggunaan aplikasi *CRM*
2. Kurang optimalnya penagihan dan pencapaian target *shipment* berdasarkan kelengkapan dokumen kapal
3. Aplikasi masih sering mengalami *down system* sehingga penagihan kembali menggunakan secara manual untuk sesaat
4. Kurangnya familiasasinya pihak eksternal dalam penggunaan aplikasi berbasis *CRM* sehingga sering terjadi kesalahan penginputan data
5. Kurangnya penanganan terhadap kendala yang diajukan oleh para mitra

C. BATASAN MASALAH

Berdasarkan masalah di atas, batasan dari masalah yang diangkat oleh penulis difokuskan pada :

1. Aplikasi masih sering mengalami *down system* sehingga penagihan kembali menggunakan secara manual untuk sesaat
2. Kurangnya penanganan terhadap kendala yang diajukan oleh para mitra

D. RUMUSAN MASALAH

Dari masalah tersebut, penulis merumuskan permasalahan-permasalahan yang ada sebagai berikut :

Apakah ada pengaruh antara aplikasi berbasis *Customer Relationship Management* terhadap kualitas pelayanan?

E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Menemukan solusi terbaik dalam mengatasi kendala penagihan berbasis sistem *CRM* demi meningkatkan kualitas pelayanan di Divisi Niaga
- b. Mengetahui upaya yang dilakukan PT Pelayaran Bahtera Adhiguna dalam meningkatkan kualitas pelayanan divisi Niaga guna mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan

2. Manfaat Penelitian

Adapun penulisan ini diharapkan dapat berguna bagi :

- a. Pembaca, sebagai media wawasan ilmiah guna menambah ilmu di bidang Keniagaan perusahaan pelayaran.
- b. Peneliti, dapat dijadikan bahan referensi dalam penelitian yang berkaitan dengan bidang Keniagaan perusahaan pelayaran.
- c. Divisi Niaga, sebagai bahan masukan terhadap divisi Niaga PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna dalam upaya meningkatkan kinerja guna mencapai target manajemen perusahaan.

- d. Perpustakaan, melengkapi bahan penulisan di perpustakaan yang dapat digunakan sebagai bahan acuan, bacaan, dan referensi.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami karya tulis ini, penulis menguraikan secara sistematis dalam empat bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan, diuraikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan sebagai pedoman untuk pembahasan selanjutnya, hipotesis dan kerangka pikiran yang digunakan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang penulis ambil serta Teknik pendekatan yang digunakan dalam pengumpulan data di lokasi praktek darat

BAB IV PERMASALAHAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan permasalahan yang penulis dapatkan serta pemecahan masalah yang dipilih oleh penulis

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan karya tulis. Penulis mengumpulkan seluruh uraian dari awal sampai dengan bab akhir serta memberikan saran-saran sebagai suatu masukan yang diharapkan berguna dalam penyelesaian masalah yang dihadapi

BAB II

LANDASAN TEORI

A. PENGERTIAN/DEFINISI OPERASIONAL

Pada bab ini penulis menjelaskan pengertian/definisi operasional yang berhubungan dengan penulisan skripsi yang berjudul “**PENGARUH APLIKASI BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DIVISI NIAGA DI PT BAHTERA ADHIGUNA**” agar tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda. Adapun pengertian/definisi operasional sebagai berikut :

1. *Customer Relationship Management*

Customer relationship management merupakan aplikasi yang diterapkan dalam suatu organisasi untuk membantu proses kerja yang lebih baik dalam membantu pengolahan data pelanggan. *Customer relationship management* diukur berdasarkan kecepatan dan ketepatan data yang diperoleh dalam pelayanan yang diberikan dengan tujuan mendapatkan hasil kinerja yang lebih baik dengan waktu yang lebih efektif.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang mana mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Tolak ukur dalam kualitas pelayanan yaitu berdasarkan keandalan dan ketanggapan pelayanan. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan secara berkala untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi bagian-bagian yang harus diperbaiki

B. TEORI

Untuk memudahkan pemahaman pembaca terhadap penulisan penelitian ini, maka penulis mengambil beberapa referensi dari para ahli mengenai teori teori yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh

Menurut Sugiyono (2022) dalam bukunya yaitu “Metode Penelitian Kuantitatif” pengaruh didefinisikan sebagai pengaruh didefinisikan sebagai daya yang dimiliki oleh seseorang atau sesuatu untuk mengubah perilaku, sikap, atau pendapat orang lain. Pengaruh dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung, dan dapat bersifat positif maupun negatif.

Menurut Sukmadinata (2021) dalam bukunya yang berjudul "Psikologi Pendidikan" Pengaruh adalah proses perubahan pada individu yang terjadi akibat interaksi dengan orang lain, kelompok, atau situasi tertentu.

Menurut Ardianto (2020) dalam bukunya yang berjudul "Pengaruh dan Kepemimpinan" Pengaruh adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk mengubah perilaku, sikap, atau pendapat seseorang. Dalam hal ini dapat disimpulkan pengaruh adalah proses perubahan pada individu yang terjadi akibat interaksi dengan orang lain, kelompok, atau situasi tertentu, dan dapat bersifat positif maupun negatif.

2. Aplikasi

Menurut Kroenke (2018) dalam bukunya yang berjudul "*MIS essentials (4th ed.)*" Aplikasi didefinisikan sebagai program komputer yang dirancang untuk membantu pengguna menyelesaikan tugas tertentu dengan cara yang lebih mudah dan efisien

Menurut Turban, Sharda, dan Delen (2017) dalam bukunya yang berjudul "*Decision support and business intelligence systems (10th ed.)*" Aplikasi adalah program komputer yang dirancang untuk membantu pengguna menyelesaikan tugas tertentu dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi adalah program komputer yang dirancang

untuk membantu pengguna menyelesaikan tugas tertentu dengan cara yang lebih mudah dan efisien dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

3. *Customer Relationship Management (CRM)*

a. Pengertian *Customer Relationship Management (CRM)*

CRM adalah singkatan dari *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Pelanggan). *CRM* merujuk pada perangkat lunak atau alat yang bertindak sebagai media untuk menyatukan aktivitas penjualan, pemasaran, dan dukungan pelanggan, serta menyederhanakan proses, kebijakan, dan karyawan dalam satu *platform*. Selain itu, *CRM* ini memberi mereka alat untuk berkolaborasi dengan rekan kerja dan berinteraksi dengan pelanggan mereka dengan mudah. Adapun pengertian *CRM* menurut beberapa ahli yaitu:

Menurut Laudon dan Traver (2024) dalam bukunya “*E-Commerce 2024: Business, Technology, and Society*”, *CRM* adalah strategi bisnis yang berfokus pada membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang menguntungkan. *CRM* menggunakan teknologi untuk mengintegrasikan semua interaksi pelanggan di seluruh siklus hidup pelanggan. Selain itu, *CRM* menyimpan informasi pelanggan dan menyimpan serta merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut

Menurut Kotler (2023) dalam bukunya “*Principles of Marketing*” edisi ke-17, *CRM* mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan melalui penggunaan informasi tentang pelanggan. Adapun *CRM* dapat digunakan dengan efektif dengan beberapa cara seperti pengumpulan data, interaksi, personalisasi, loyalitas pelanggan dan Analisa. Data dan informasi pelanggan dikumpulkan dan dianalisis untuk memahami kebutuhan dan keinginan mereka, interaksi pelanggan yang konsisten dan terintegrasi di seluruh saluran, seperti telepon, email, media sosial, dan website. Personalisasi yang dilakukan berupa menawarkan produk, layanan, dan pengalaman yang dipersonalisasi

kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan yang dimaksud yaitu menciptakan program loyalitas untuk menghargai dan mempertahankan pelanggan yang berharga. Analisis dan pengukuran berupa mengukur efektivitas program *CRM* dan melakukan perbaikan yang berkelanjutan.

Menurut Shaw (2021) dalam bukunya yang berjudul “*Customer relationship management (CRM): A critical review and future research directions*” menyatakan *CRM* adalah strategi bisnis yang mengintegrasikan orang, proses, dan teknologi untuk menciptakan dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan. *CRM* membantu perusahaan untuk meningkatkan akuisisi pelanggan, retensi, dan nilai seumur hidup.

Berdasarkan buku “Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial” oleh Priansa (2017) *customer relationship management* memiliki penilaian atau tolak ukur yang dapat ditentukan dengan tiga indikator yaitu:

- Aksesibilitas (*accessibility*)
Indikator ini mencakup pengukuran dan evaluasi kinerja *CRM* untuk memastikan efektivitas interaksi dengan pelanggan
- Manusia (*people*)
Indikator ini mencakup peran karyawan dalam memberikan pelayanan pelanggan yang berkualitas dalam penggunaan *CRM*
- Teknologi (*technology*)
Indikator ini mencakup teknologi yang digunakan untuk membantu dalam mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan aksesibilitas bisnis dalam aktivitas pengelolaan kerelasiaan dengan pelanggan sehari-hari

b. Tujuan Pengaplikasian *Customer Relationship Management*

Aplikasi berbasis *CRM* (*Customer Relationship Management*) memiliki beberapa tujuan utama, yaitu:

- Meningkatkan hubungan dengan pelanggan
CRM membantu perusahaan untuk membangun dan memelihara hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dengan cara:

- Menyimpan dan mengelola data pelanggan secara terpusat.
 - Memberikan layanan pelanggan yang lebih personal dan responsif.
 - Meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan pelanggan.
 - Meningkatkan penjualan

CRM membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan cara:

 - Mengidentifikasi dan menargetkan prospek yang tepat.
 - Mengelola proses penjualan secara lebih efisien.
 - Meningkatkan peluang konversi dan nilai rata-rata transaksi.
 - Meningkatkan retensi pelanggan

CRM membantu perusahaan untuk meningkatkan retensi pelanggan dengan cara:

 - Memberikan layanan yang lebih baik dan lebih personal.
 - Mendorong loyalitas pelanggan.
 - Mengurangi churn rate (tingkat kehilangan pelanggan).
 - Meningkatkan efisiensi operasi

CRM membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasi dengan cara:

 - Mengotomatisasi tugas-tugas yang terkait dengan penjualan dan layanan pelanggan.
 - Meningkatkan kolaborasi antar departemen.
 - Mengurangi biaya operasional.
- c. *Customer Relationship Management* Sebagai Media Penagihan
- CRM* dalam penagihan digunakan untuk mengelola proses penagihan dan interaksi dengan pelanggan. *CRM* membantu perusahaan dalam melacak informasi pelanggan, mengatur jadwal tugas penagihan, dan memantau status pembayaran. Dalam konteks penagihan, sistem *CRM* dapat membantu dalam hal-hal berikut:
- a) Pencatatan Data Pelanggan
- Sistem *CRM* menyimpan data lengkap tentang pelanggan, termasuk detail kontak, tipe dan jenis moda yang dimiliki, riwayat transaksi, dan catatan pembayaran.

b) **Pengaturan Tugas Penagihan**

Sistem *CRM* memungkinkan pengguna untuk membuat tugas seperti membuat *shipping instruction* sesuai moda dan tujuannya, *approval* dokumen yang dilampirkan dalam penagihan dan konfirmasi tagihan yang telah dikerjakan telah masuk ke divisi keuangan untuk pembayaran kepada pelanggan secara otomatis.

c) **Pemantauan Status Pembayaran**

Dengan menggunakan sistem ini, perusahaan dapat melacak status pembayaran dari setiap tagihan yang dikirimkan ke pelanggannya serta mengirimkan pemberitahuan jika ada tagihan yang masih belum dibayarkan.

d) **Analisis Performa Penagihan**

Sistem ini juga dapat memberikan laporan dan analisis terkait performa tim penagihan serta efektivitas strategi yang digunakan oleh perusahaan.

4. Kualitas Pelayanan

a. **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (2020) dalam jurnalnya "*SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*" Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang dirasakan konsumen dalam penggunaan layanan, yang dibandingkan dengan harapan mereka. Faktor-faktor yang menjadi tolak ukur dalam kualitas layanan yaitu :

- **Keandalan (*Reliability*)**

Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten. Ini mencakup aspek seperti ketepatan waktu, keakuratan, dan konsistensi dalam memberikan layanan

- **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Ini mencakup aspek seperti kecepatan respons, kesediaan membantu, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan

- Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan. Ini mencakup aspek seperti kompetensi, kredibilitas, keamanan, dan kesopanan.

- Empati (*Empathy*)

Perhatian yang diberikan secara individual kepada pelanggan. Ini mencakup aspek seperti aksesibilitas, komunikasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Menurut Huang dan Rust (2018), kualitas pelayanan yang terintegrasi antara online dan offline meliputi beberapa indikator penting, yaitu :

- Kemudahan penggunaan platform online

Penggunaan platform online yang mudah dan intuitif.

- Responsivitas layanan pelanggan di berbagai saluran

Layanan pelanggan yang responsif dan tersedia melalui berbagai saluran, baik online maupun offline.

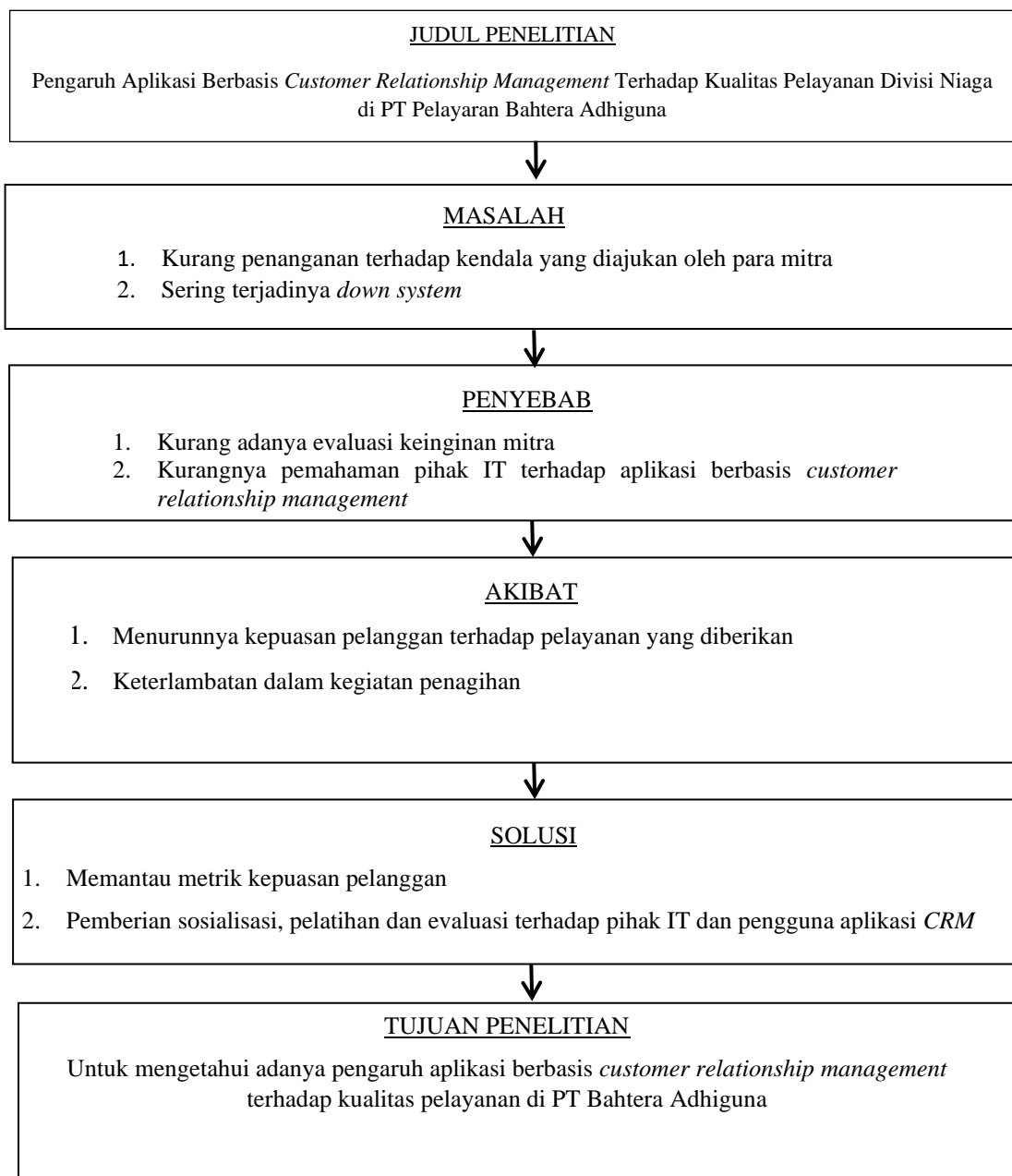
- Personalisasi pengalaman

Pengalaman yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu..

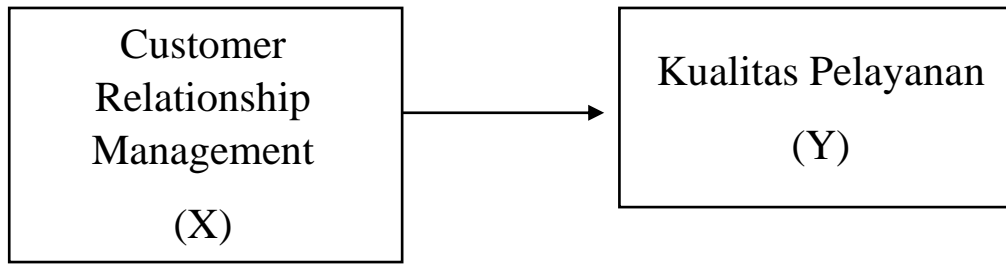
Ketiga indikator ini merupakan kunci untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan

C. KERANGKA PIKIR

Kerangka pemikiran adalah suatu konsepsi dari penelitian yang menyajikan hubungan antara variable yang akan terjadi dan diperoleh dari penjabaran tujuan pustaka. Untuk dapat memaparkan pembahasan dari skripsi ini, penulis membuat suatu kerangka pemikiran terhadap hal-hal yang menjadi pembahasan pokok yaitu mengenai “Pengaruh Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management* Terhadap Kualitas Pelayanan Divisi Niaga di PT Pelayaran Bahtera Adhiguna. Dari uraian di atas, maka dapat dilihat suatu bagan alur pemikiran secara garis besar sebagai berikut :



D. HIPOTESIS



Keterangan :

1. Variabel Independen

Variabel independen dari penelitian ini Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management* (X)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dari penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Divisi Niaga (Y).

Faktor yang berhubungan kualitas pelayanan divisi niaga adalah penggunaan aplikasi berbasis *customer relationship management* karena merupakan faktor *intern* yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap kualitas pelayanan divisi niaga.

Menurut Sugiyono, (2022) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Setelah hipotesis tersusun, peneliti mengujinya melalui penelitian, oleh karena itu, hipotesis disajikan hanya sebagai suatu pemecahan masalah yang sementara, dengan pengertian bahwa penelitian yang dilaksanakan tersebut dapat berakibat penolakan atau penerimaan hipotesis yang disajikan. Dengan demikian, berdasarkan perumusan masalah, kajian teori serta kerangka pikir diatas, maka peneliti mendapatkan hipotesis yaitu sebagai berikut:

HIPOTESIS

Ha : Terdapat pengaruh aplikasi berbasis *CRM* terhadap kualitas pelayanan di divisi niaga

Ho : Tidak ada pengaruh aplikasi berbasis *CRM* terhadap kualitas pelayanan di divisi niaga

BAB III

METODE PENELITIAN

A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

Waktu dan tempat penelitian yang dilaksanakan oleh penulis hingga dapat menyampaikan beberapa permasalahan dalam skripsi ini, sebagai berikut

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada saat penulis melakukan praktek darat terhitung mulai tanggal 2 Februari 2023 sampai dengan 2 Agustus 2023.

2. Tempat dan Profil Penelitian

Penulis mengambil tempat penelitian di Perusahaan Pelayaran PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna.yang berdiri pada tanggal 30 Desember 1971. Berikut data PT Pelayaran Bahtera Adhiguna :

Nama : PT Pelayaran Bahtera Adhiguna
Alamat : Jl. Jenderal Sudirman No.Kav 79, RT.2/RW.2, Kuningan, Setia Budi, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12910
Telepon : +6281 223-232217
Fax : 021-6901450
Website : <https://plnbag.co.id//>

B. METODE PENDEKATAN

Pendekatan Penelitian Kuantitatif

Metode penelitian yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini adalah analisis korelasi, dan regresi. Metode tersebut digunakan untuk menguji satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *customer relationship management*. Sedangkan variabel terikat

adalah kualitas pelayanan di divisi niaga perusahaan pelayaran PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna. Penelitian dilakukan dengan memperoleh data yang berbentuk angka untuk memahami adanya pengaruh dan besar pengaruh dalam permasalahan yang ada di lapangan dan hal yang dapat dilakukan oleh PT Bahtera Adhiguna. Data yang digunakan dalam penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran bagi objek yang diteliti, sehingga persoalan yang diteliti dapat dibahas untuk mendukung pemecahan masalah yang dihadapi di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna. Data yang diperoleh penulis dalam melakukan penelitian ini dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dalam bentuk kuesioner, jajak pendapat individu atau kelompok, atau pengamatan terhadap objek, peristiwa, atau hasil tes (objek). Data primer disebut juga dengan data asli atau data baru. Dalam penelitian ini, penulis mengajukan daftar pertanyaan dengan kuesioner kepada responden untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan dan *CRM*
- b. Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yang diperoleh dari studi kepustakaan, riset lapangan, peraturan-peraturan tertulis yang ada kaitannya dengan permasalahan serta literatur. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, seperti melalui studi kepustakaan, website, atau wawancara dengan pihak-pihak terkait yang dianggap berhubungan dengan topik penelitian. Data sekunder dapat digunakan untuk menambahkan informasi yang lebih melengkapi data primer dan membantu dalam analisis data

C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling tepat dan strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penyusunan skripsi ini adalah mendapatkan data yang sesuai dengan yang terjadi di lapangan

Dalam mendapatkan data pada penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan Teknik pengumpulan data menggunakan dua metode dalam mengumpulkan data antara lain :

a. Metode Riset Kepustakaan

Merupakan penelitian kepustakaan yang dilakukan oleh penulis dengan maksud memperoleh data sekunder yaitu data-data yang didapat dari membaca buku literature maupun artikel yang berkaitan dengan *customer relationship management* dan kualitas pelayanan. Hal ini dimaksud untuk memperoleh sumber informasi lain untuk menambah konsep yang akan dibahas kali ini.

b. Metode Riset Lapangan

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mendatangi PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna secara langsung untuk menyebarkan kuesioner dan berinteraksi langsung dengan pihak eksternal dan internal demi mendapatkan informasi langsung dari permasalahan yang ada. Metode yang digunakan oleh penulis untuk memperoleh data antara lain :

1) Observasi

Melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang akan dibahas pada penelitian kali ini melalui penelitian secara langsung di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna dengan terlibat langsung dalam penggunaan aplikasi *CRM*

2) Kuesioner

Teknik pengumpulan data kuesioner merupakan teknik yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk menggali data sesuai dengan permasalahan penelitian (Sugiyono, 2022).

Pada penelitian ini, kuesioner diberikan kepada 50 (lima puluh) karyawan mitra yang bekerja sama dengan PT. Bahtera Adhiguna. Dalam setiap kuesioner yang disebarkan kepada para responden ada 2 bagian pertanyaan, sebagai berikut:

a) Bagian pertama berisikan 10 pertanyaan mengenai proses input data penagihan menggunakan *CRM*

b) Bagian kedua berisikan 10 pertanyaan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan divisi niaga

Masing masing pertanyaan tersebut penulis lampirkan pada lampiran yang diberikan bobot nilai berdasarkan skala likert.

Skala Likert menurut Sugiyono (2022) dalam bukunya metode penelitian kuantitatif adalah suatu skala pendapat, sikap, dan persepsi orang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala Likert dapat diterapkan sebagai pengukuran pendapat, sikap, dan pandangan orang atau sekelompok orang mengenai peristiwa sosial.

Tabel 3.1

Bobot Penilaian Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral atau Ragu-ragu	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. POPULASI, SAMPEL, DAN TEKNIK SAMPLING

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan objek atau subjek yang bertempat tinggal di suatu daerah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian dalam skripsi ini. Populasi yang dimaksud adalah perwakilan mitra yang bekerja sama dengan PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna. Populasi yang diambil oleh penulis berdasarkan jumlah rata-rata perwakilan mitra yang hadir dalam rapat koordinasi bulanan dengan PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna. Adapun jumlah mitra yang hadir dalam rekapitulasi jumlah peserta rapat koordinasi sebagai berikut

TABEL 3.2
Rekapiulasi Kehadiran Mitra pada Rapat Koordinasi
periode Februari – Agustus 2023

WAKTU/TEMPAT	JUMLAH PESERTA
Jakarta, 15 Februari 2023	114 Peserta
Jakarta, 15 Maret 2023	89 Peserta
Jakarta, 17 April 2023	106 Peserta
Jakarta, 15 Mei 2023	98 Peserta
Jakarta, 15 Juni 2023	103 Peserta
Jakarta, 17 Juli 2023	92 Peserta
TOTAL PESERTA : 602 PESERTA	RATA RATA : 100,33

Sumber : Laporan Kehadiran Rapat Koordinasi PT Pelayaran Bahtera Adhiguna dengan Mitra 2023

Berdasarkan tabel, didapat jumlah peserta keseluruhan serta nilai rata-rata dari kehadiran mitra yang menghadiri rapat koordinasi berjumlah 602 peserta selama 6 bulan terakhir. Adapun rata-rata yang telah dihitung oleh penulis yaitu 100,33 sehingga penulis mengambil populasi sebanyak 100 orang perwakilan mitra yang bekerja sama dengan PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi atau bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah efisiensi dan efektivitas waktu. Ukuran sampel yang penulis ambil berdasarkan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 100(0,1)^2}$$

$$n = \frac{100}{2}$$

$$n = 50$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel

Dari rumus slovin didapat jumlah sample minimal yang diperlukan adalah sebanyak 50 (lima puluh) orang perwakilan mitra yang bekerja sama dengan PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna. Dalam mengumpulkan data, penulis mengambil sampel secara acak kepada perwakilan karyawan yang bermitra dengan PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna.

E. TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah merumuskan persoalan dan tujuan penelitian dengan jelas serta menetapkan hipotesis, dilakukan pengumpulan data. Data yang masuk masih merupakan data mentah yang selanjutnya perlu diolah sebelum dilakukan analisis terhadap data tersebut. Proses pengolahan data dengan memecahkan data menjadi beberapa bagian pokok yang selanjutnya dipakai untuk menguji hipotesis disebut proses analisis data, sehingga data menjadi lebih sederhana dan mudah dibaca serta mudah diinterpretasikan. Dalam menganalisis data dalam penyusunan skripsi ini menggunakan teknis analisis statistik kuantitatif yaitu teknik menganalisis data dengan mengidentifikasikan pada dua variabel yang saling berkaitan satu sama lain. Analisis ini didasarkan pada kekuatan hubungan antara dua variabel yang dianalisa tersebut sehingga besarnya berkaitan variabel tersebut dapat diketahui. Adapun teknik yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi yaitu sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi r berdasarkan sekumpulan data (x dan y) berukuran n dapat digunakan rumus :

$$r = \frac{n (\sum X.Y) - (\sum X).(\sum Y)}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2 \cdot n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi, besarnya hubungan antara variabel x dan y

X : variabel bebas (independent variable) yaitu *customer relationship management*

Y : variabel tidak bebas (dependent variable) yaitu kualitas pelayanan

Korelasi adalah hubungan dimana ada dua kejadian yang berhubungan. Analisa ini digunakan untuk mencari keeratan hubungan antara variabel bebas (independent variable) dan variabel tidak bebas (dependent variable). Apabila

dua kejadian tersebut berkorelasi maka kejadian yang satu dapat mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kejadian lainnya. Oleh karena itu, jika variabel X berkorelasi dengan variabel Y, nilai variabel X yang sudah diketahui dapat dipergunakan untuk memperkirakan atau memperhitungkan nilai variabel Y, karena perubahan variabel X akan mempengaruhi variabel Y.

Kuat atau tidaknya hubungan antara variabel X dan Y dinyatakan dalam nilai yang besarnya berkisar antara $-1 < r < 1$:

1. Bila $r = -1$ atau mendekati -1 , ada hubungan antara variabel X dan variabel Y, dimana hubungan sangat kuat dan negatif.
2. Bila $r = +1$ atau mendekati 1 , ada hubungan antara variabel X dan variabel Y, dimana hubungan sangat kuat dan positif.
3. Bila $r = 0$, tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y dengan kata lain hubungan sangat lemah.

Penafsirannya akan besarnya koefisien korelasi yang umum digunakan data dilihat dalam tabel interpretasi nilai r .

Tabel 3.3

Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

Internal Koefien	Tingkat Hubungan
Antara 0.00 – 0.199	Korelasi Sangat Rendah
Antara 0.20 – 0.399	Korelasi Rendah
Antara 0.40 – 0.599	Korelasi Sedang
Antara 0.60 – 0.799	Korelasi Kuat
Antara 0.80 – 1.00	Korelasi Sangat Kuat

2. Analisis Koefisien Regresi Linier Sederhana

Koefisien – koefisien regresi a dan b untuk regresi linier, ternyata dapat dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^2) - (\Sigma X)(\Sigma XY)}{n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2}$$

$$b = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2}$$

Persamaan regresi a dan b yaitu :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y : Variabel tak bebas (Kualitas pelayanan)
X : Variabel bebas (*Customer Relationship Management*)
a : Konstanta
b : Koefisien regresi
n : Jumlah data

3. Analisa Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan atau pengaruh antara dua variabel digunakan analisis koefisien *determinasi* (penentu).

Rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi (penentu) ialah :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

- KD = Koefisien *determinasi*
r = Koefisien korelasi X dan Y

4. Uji Hipotesis

Analisis ini menggunakan uji signifikan parameter individual (uji statistik T). Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hipotesis penelitian yang telah disusun semula dapat diterima berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Analisis uji tidak menguji kebenaran hipotesis, tetapi menguji dapat diterima atau ditolaknya hipotesis yang bersangkutan.

Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai α yang digunakan dalam penelitian ini diketahui taraf nyata $\alpha = 5\%$ atau $\alpha = 0,05$ dan $dk = n-2$

Pembuktian untuk signifikan

- 1) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 = diterima, H_a = ditolak, artinya hubungan X dan Y tidak signifikan.
- 2) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 = ditolak, H_a = diterima, artinya hubungan X dan Y signifikan.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI DATA

1. Profil Perusahaan

PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna adalah Perusahaan pelayaran yang memiliki kapal dan memiliki muatan berupa batubara yang disewakan kepada penyewa kapal. PT Bahtera Adhiguna berdiri pada tanggal 30 Desember 1971. Berikut data PT Pelayaran Bahtera Adhiguna :

a. Tempat Kedudukan Formal

Nama : PT Pelayaran Bahtera Adhiguna
Alamat : Jl. Jenderal Sudirman No.Kav 79, RT.2/RW.2, Kuningan,
Setia Budi, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12910
Telepon : +6281 223-232217
Fax : 021-6901450
Website : <https://plnbag.co.id//>

b. Data Akta Pendirian

Nama Notaris : Lenny Janis Ishak, S.H.
Nomor Akta : AHU-0002103.AH.01.02
Tanggal Akta : 23 Desember 2019

c. Visi dan Misi PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna

Misi PT Pelayaran Bahtera Adhiguna :

Menjadi perusahaan angkutan baru bara dan gas serta penunjangnya yang unggul dan terpercaya dengan pelayanan berstandar internasional

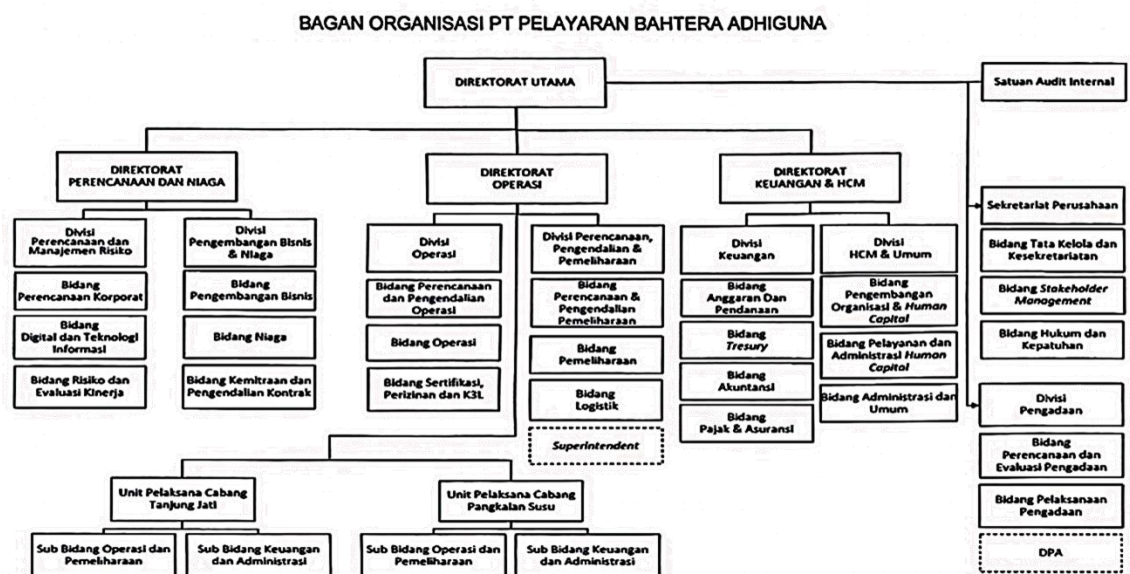
Misi PT Pelayaran Bahtera Adhiguna :

- 1) Menyelenggarakan usaha transportasi laut dan penunjangnya, untuk pengaman pemasok batu bara dan gas untuk pembangkit PLN, anak perusahaan PLN, dan IPP
- 2) Menyelenggarakan sistem management berdasarkan prinsip tata kelola perusahaan yang sehat

2. Struktur Organisasi

Dalam struktur organisasi, setiap bidang atau divisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan. Struktur organisasi di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna sebagai berikut :

Bagan 4.1
Struktur Organisasi PT Pelayaran Bahtera Adhiguna



Sumber : Laporan Tahunan PT Pelayaran Bahtera Adhiguna 2023

Dari bagan diatas, departemen yang berperan terkait dalam kemitraan dan penagihan pada PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna adalah Divisi Pengembangan Bisnis dan Niaga. Departemen SDM & Umum mempunyai tugas :

1. Merumuskan strategi dan rencana pengembangan bisnis yang komprehensif untuk mencapai target bisnis perusahaan.
2. Memberikan pelayanan sesuai dengan strategi dan rencana yang ditetapkan seperti presentasi layanan jasa yang ditawarkan kepada mitra baru, dapat menangani negosiasi penetapan *freight*, serta memberikan pelayanan jasa yang baik dan tanggap kepada pelanggan.

3. Melakukan pelayanan karyawan dan menangani isu-isu ketenagakerjaan, seperti memberikan prosedur dan familiarisasi bila ada perubahan system dalam pelayanan serta menangani segala jenis keluhan dengan solusi terbaik yang bisa diberikan.
4. Membangun dan memelihara hubungan kemitraan yang baik dan strategis dengan perusahaan lain untuk mencapai tujuan bisnis yang sama.
5. Mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko yang terkait dengan kegiatan kemitraan dan kontrak dengan cara mitigasi risiko dan memantau risiko secara berkala

Tabel 4.1
Rekapitulasi Mitra dan Frekuensi Charter Kapal pada Februari 2023 –
Agustus 2023

Bulan	Jumlah Mitra/Perusahaan	Frekuensi Charter
Februari	50	98
Maret	47	77
April	52	94
Mei	54	102
Juni	58	110
Juli	55	93
Agustus	60	105

Sumber : PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna

Dari tabel diatas dapat dilihat mitra-mitra yang menyewakan modanya serta frekuensi kapalnya disewakan kepada perusahaan PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna dalam waktu enam bulan terakhir. Adanya penurunan frekuensi dalam bulan tertentu diakibatkan karena adanya keluhan dari mitra yang belum bisa ditangani oleh Bagian Kemitraan serta seringnya *down system* di waktu yang tidak diperkirakan. Akan lebih baik bila diadakan familiarisasi secara berkala penggunaan aplikasi berbasis *CRM* untuk meninjau keluhan dari tiap mitra dan memberikan solusi atas permasalahan yang ada serta memperbaiki dan memperbaharui aplikasi agar dapat meminimalisir terjadinya *down system*. Misal mitra memberikan keluhan terhadap adanya *down system*, tentunya PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna harus

memberikan arahan terkait prosedur penagihan secara manual sementara waktu dan segera berkoordinasi pada staf Bagian Digital dan Teknologi Informasi mengenai *down system* yang terjadi.

B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Untuk mengetahui pengaruh aplikasi berbasis *CRM* pada PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna, penulis akan mendeskripsikan data terlebih dahulu yang berupa profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir. Dari Penggolongan tersebut akan diperoleh kesimpulan mengenai keadaan responden. Penggolongan akan disajikan dalam tabel masing-masing berikut ini.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Uraian	Jenis Kelamin		
	Pria	Wanita	TOTAL
Responden	23	27	50
Persentase (%)	46	54	100

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Usia

Uraian	Usia				
	20-30	31-40	41-50	51-60	TOTAL
Responden	27	19	4	-	50
Persentase (%)	54	38	8	-	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.4
Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Uraian	Pendidikan Terakhir				TOTAL
	D4	Sarjana (S-1)	Pascasarjana (S-2)	Doctor (S-3)	
Responden	18	22	6	4	50

Persentase (%)	36	44	12	8	100
-----------------------	----	----	----	---	------------

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.5
Rekapitulasi Profil Responden

NO	Keterangan	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	23	46
	b. Wanita	27	54
2	Usia		
	a. 20-30	27	54
	b. 31-40	19	38
	c. 41-50	4	8
	d. 51-60	-	-
3	Pendidikan Terakhir		
	a. D-4	18	36
	b. Sarjana (S-1)	22	44
	c. Pascasarjana (S-2)	6	12
	d. Doctor (S-3)	4	8

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat profil responden yang terdiri beberapa hal seperti : Jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Responden yang menjawab sebanyak 27 (dua puluh tujuh) responden atau sekitar 54% adalah perempuan dan 23 (dua puluh tiga) responden atau sebesar 46% adalah laki-laki. Usia responden terbanyak adalah usia 20-30 tahun sebanyak 27 (dua puluh tujuh) responden atau sebesar 54%, kemudian sebanyak 19 (sembilan belas) responden atau sebesar 38% berusia 31-40 tahun, serta sebanyak 4 (empat) responden atau sebesar 8% berusia 41-50 tahun. Tingkat pendidikan responden terbagi menjadi 4 tingkatan yaitu 18 (delapan belas) responden atau sebesar 36% adalah D-4, 22 (dua puluh dua) responden atau sebesar 44% mempunyai tingkat pendidikan Sarjana (S-1), 6 (enam) responden atau sebesar

12% mempunyai tingkat pendidikan Pascasarjana (S-2), dan 4 (empat) responden atau sebesar 8% mempunyai tingkat pendidikan Doctor (S-3).

C. Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Kualitas Pelayanan Divisi Niaga Pt. Pelayanan Bahtera Adhiguna

Tanggapan responden mengenai pengaruh aplikasi berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap kualitas pelayanan Divisi Niaga PT. Pelayanan Bahtera Adhiguna, berdasarkan pada pernyataan mengenai pengaruh dari dimensi aplikasi berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* dan pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan yang berada di lokasi kerja itulah dari setiap variable dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Tanggapan Responden mengenai Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management (CRM)*

Aplikasi berbasis *Customer Relationship Management* merupakan faktor yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang disediakan setiap perusahaan. Untuk lebih jelasnya akan disajikan tanggapan responden mengenai aplikasi berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Data Responden Terhadap Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management (CRM)*

NOMOR ITEM VARIABEL X									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	5	5	4	4	5	4	4	5	5
2	5	4	4	5	2	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
2	4	4	4	5	4	4	4	5	5
2	4	3	4	5	3	4	4	4	4
2	4	2	4	5	2	3	4	3	5
2	5	4	4	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	4	2	5	4	5	5
2	4	3	4	5	2	4	5	5	5

2	4	5	4	2	2	5	5	4	5
2	5	4	4	5	2	5	5	3	4
2	3	5	4	5	1	5	5	5	4
2	5	4	4	5	2	5	5	4	5
2	5	4	5	5	2	5	5	5	5
2	5	5	5	4	2	5	5	4	4
3	4	5	5	4	2	3	5	5	4
2	5	5	5	5	1	5	4	5	4
2	3	5	5	5	2	4	5	5	5
2	5	5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
4	3	4	3	3	4	3	4	4	5
3	3	4	4	4	3	4	4	5	3
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	4	4	5	4	3
2	4	3	2	2	3	4	5	4	5
1	2	2	1	2	4	2	5	5	4
4	4	4	1	2	3	4	5	3	4
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
4	3	4	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	2	2	3	4	5	4	5
4	3	3	4	5	5	2	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	3	4	3	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	3	3	4	3	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	1	2	4	3
5	5	4	4	4	4	5	5	5	4
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	4	4	3	5	3	5	5	4
4	3	4	5	4	4	2	4	4	5
4	4	3	4	3	4	3	3	4	3
4	4	3	3	3	4	4	4	4	3

3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
4	4	5	3	3	3	2	4	4	5
1	2	2	2	1	3	2	3	3	3
1	1	2	2	3	3	2	3	5	5
1	3	3	3	2	2	2	2	3	2
4	4	3	2	1	4	2	5	5	5

Sumber : Kuesioner PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna Februari – Agustus 2023

Tabel 4.7

Hasil Distribusi Frekuensi Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management (CRM)*

Variabel X : <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>							
No	Pertanyaan	STS	TS	N/R	S	SS	Mean
Aksesibilitas							
1	PT. Bahtera Adhiguna menyediakan aplikasi berbasis <i>CRM</i> yang mudah di akses kapan saja	4	18	5	19	4	3.02
2	PT. Bahtera Adhiguna mengenalkan aplikasi berbasis <i>CRM</i> dengan secara langsung dan tidak langsung	1	2	9	22	16	4
3	Penagihan dengan aplikasi <i>CRM</i> sangat mudah untuk dilakukan	0	4	8	21	17	4.02
4	Penagihan dengan aplikasi <i>CRM</i> tidak memakan banyak waktu	2	6	9	15	18	3.82
TOTAL MEAN							3.715
Manusia							
5	Mitra/Vendor mendapatkan pelatihan untuk familiarisasi penggunaan <i>CRM</i>	2	6	9	15	18	3.82

6	Prosedur layanan dalam <i>CRM</i> mudah dimengerti dan dipahami	0	4	8	24	14	3.96
7	Staff PT. Bahtera Adhiguna melayani dengan baik ketika mendapat kendala penagihan dalam aplikasi <i>CRM</i>	1	8	7	20	14	3.76
TOTAL MEAN							3.8466667
Teknologi							
8	Mitra/Vendor mendapatkan pemberitahuan mengenai tagihan yang sudah mendekati jatuh tempo melalui <i>CRM</i>	0	2	3	20	25	4.36
9	PT. Bahtera Adhiguna selalu aktif dan update dalam mengelola fungsi serta fitur penggunaan <i>CRM</i>	0	0	5	21	24	4.38
10	PT. Bahtera Adhiguna selalu mengirimkan notifikasi kepada mitra terkait pelayanan maupun pemberitahuan <i>update aplikasi</i>	0	1	7	15	27	4.36
TOTAL MEAN							4.3666667

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah

Pada tabel diatas, dapat dilihat hasil distribusi data aplikasi berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* yang telah diolah penulis dan nilai rata-rata dari setiap indikator. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang tidak memenuhi *mean* dari indikatornya yaitu pada pernyataan “PT. Bahtera Adhiguna menyediakan aplikasi berbasis *CRM* yang mudah di akses kapan saja” yang memiliki nilai *mean* 3,02 yang menunjukan poin tersebut perlu dievaluasi lebih lanjut

b. Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur suatu organisasi atau perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk lebih jelasnya akan disajikan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Data Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

NOMOR ITEM VARIABEL Y									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	5	3	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
4	2	5	4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4	2	4	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	3	5	4	5	3	5	5	4	4
4	4	4	5	5	5	3	5	4	5
4	4	5	5	4	5	3	4	5	4
4	4	4	4	5	4	2	5	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
5	3	4	5	5	5	3	5	5	5
4	4	5	4	5	4	2	5	4	5
4	4	5	4	5	5	1	5	5	4
3	5	4	5	4	5	2	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	4	3	4	3	2	3	3	4
4	4	4	4	4	5	1	4	4	4
4	3	4	4	3	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	2	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3	3	5
4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	5	5	5
4	4	4	4	4	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	4	5	5
5	4	4	5	5	5	3	3	4	5
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
3	4	3	5	5	5	3	3	3	5
4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5

5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	3	4	5	5
3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	4	2	3	1	2	4	4
1	1	2	2	3	3	1	2	1	3
2	3	2	2	2	3	1	1	1	1
1	3	2	3	1	2	1	2	1	2
4	5	4	5	4	5	3	4	5	4

Sumber : Kuesioner PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna Februari – Agustus 2023

Tabel 4.9

Hasil Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Variabel Y : Kualitas Pelayanan							
No	Pertanyaan	STS	TS	N/R	S	SS	Mean
Daya Tanggap							
1	PT. Bahtera Adhiguna mampu mengerti apa yang diinginkan pelanggan	2	1	6	26	15	4.02
2	Kinerja karyawan PT. Bahtera Adhiguna yang profesional dan sesuai dengan harapan	1	1	8	26	14	4.02
TOTAL MEAN							4.02
Kehandalan							
3	Pelayanan yang diberikan baik, cepat, dan tanggap	0	3	4	22	21	4.22
4	Layanan yang diberikan bersifat lelet dan kurang responsif	0	2	3	27	18	4.22
TOTAL MEAN							4.22
Jaminan							
5	Pelanggan merasa aman dalam menerima layanan yang diberikan	1	2	3	24	20	4.2

6	Adanya jaminan terhadap jasa pelayanan yang diberikan	0	1	7	17	25	4.32
7	Adanya penanganan terhadap keluhan yang diajukan	6	6	16	13	9	3.26
TOTAL MEAN							3.9266667
Empati							
8	Staff PT Bahtera Adhiguna secara konsisten bersikap sopan terhadap para pelanggan	1	3	7	18	21	4.1
9	Pelayanan yang diberikan memicu adanya kerja sama dalam jangka waktu yang lama	3	0	4	22	21	4.16
10	Adanya minat untuk bermitra kembali karena mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan	1	1	2	30	16	4.18
TOTAL MEAN							4.1

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah

Pada tabel diatas, dapat dilihat hasil distribusi data variabel Y yaitu kualitas pelayanan yang telah diolah penulis. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang tidak memenuhi *mean* dari indikatornya yaitu pada pernyataan “Adanya penanganan terhadap keluhan yang diajukan” yang memiliki nilai *mean* 3,26 yang menunjukkan poin tersebut perlu dievaluasi lebih lanjut

1. Uji Validitas

Untuk menguji hal ini, penulis menggunakan cara korelasi *Brivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Item-Item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item- item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin diungkap. Hasil dari uji validitas tersebut sebagai berikut :

a. Uji Validitas Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management (CRM)*

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Variabel Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* (X)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.369	0.361	VALID
2	0.715	0.361	VALID
3	0.679	0.361	VALID
4	0.725	0.361	VALID
5	0.712	0.361	VALID
6	0.512	0.361	VALID
7	0.700	0.361	VALID
8	0.585	0.361	VALID
9	0.480	0.361	VALID
10	0.477	0.361	VALID

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah

Penulis membandingkan pengolahan data dengan hitung manual dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} sebesar 0.361 maka kesimpulan yang diperoleh adalah semua pernyataan aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* adalah valid karena semua r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

b. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.840	0.361	VALID
2	0.638	0.361	VALID
3	0.838	0.361	VALID
4	0.768	0.361	VALID
5	0.798	0.361	VALID
6	0.685	0.361	VALID
7	0.698	0.361	VALID

8	0.829	0.361	VALID
9	0.831	0.361	VALID
10	0.721	0.361	VALID

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas, dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} sebesar 0.361 maka kesimpulan yang diperoleh adalah semua pernyataan kualitas pelayanan adalah valid karena semua r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

2. Uji Reabilitas

Untuk menentukan reabilitas terhadap pertanyaan variable dilakukan pengujian secara penghitungan manual menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Instrumen dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* >0.60 (Ghozali, 2016). Dapat diketahui dengan rumus :

$$r = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Koefisien reabilitas instrumen (*Cronbach's Alpha*)

n = Banyak pernyataan

$\sum \sigma_t^2$ = Total Varians Pernyataan

t = Total Varians

$$Reabilitas X = \left(\frac{10}{10-1} \right) \left(1 - \frac{9,277}{32,54} \right)$$

$$Reabilitas Y = \left(\frac{10}{10-1} \right) \left(1 - \frac{8,4127277}{48,133} \right)$$

$$Reabilitas X = \left(\frac{10}{9} \right) \left(\frac{23263}{32540} \right)$$

$$Reabilitas Y = \left(\frac{10}{9} \right) \left(\frac{397202723}{48133000} \right)$$

$$Reabilitas X = \left(\frac{23263}{29286} \right)$$

$$Reabilitas Y = \left(\frac{397202723}{433197000} \right)$$

$$Reabilitas X = 0,794339$$

$$Reabilitas Y = 0,91691$$

Tabel 4.12
Hasil Uji Reabilitas

NILAI ACUAN	NILAI CRONBACH'S ALPHA	KETERANGAN
0.6	0.794	RELIABEL
0.6	0.917	RELIABEL

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada setiap variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai alpha yang lebih besar dari 0.60

D. ANALISIS DATA

a. Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment*

Untuk mengetahui bagaimana hubungan aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* terhadap kualitas pelayanan maka diuji analisis korelasi dengan analisis statistic yang tercantum dalam tabel dan perhitungan di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* (X)
Terhadap Kualitas Pelayanan (Y)

NO	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	43	45	1849	2025	1935
2	43	43	1849	1849	1849
3	45	44	2025	1936	1980
4	41	41	1681	1681	1681
5	39	42	1521	1764	1638
6	37	44	1369	1936	1628
7	45	44	2025	1936	1980
8	44	42	1936	1764	1848
9	42	44	1764	1936	1848

10	40	43	1600	1849	1720
11	39	40	1521	1600	1560
12	43	45	1849	2025	1935
13	43	46	1849	2116	1978
14	46	45	2116	2025	2070
15	41	45	1681	2025	1845
16	42	42	1764	1764	1764
17	45	42	2025	1764	1890
18	41	41	1681	1681	1681
19	43	44	1849	1936	1892
20	43	43	1849	1849	1849
21	37	39	1369	1521	1443
22	37	32	1369	1024	1184
23	42	38	1764	1444	1596
24	42	40	1764	1600	1680
25	34	49	1156	2401	1666
26	28	39	784	1521	1092
27	34	37	1156	1369	1258
28	44	46	1936	2116	2024
29	42	44	1764	1936	1848
30	37	37	1369	1369	1369
31	39	44	1521	1936	1716
32	43	43	1849	1849	1849
33	42	43	1764	1849	1806
34	46	47	2116	2209	2162
35	38	43	1444	1849	1634
36	44	44	1936	1936	1936
37	31	39	961	1521	1209
38	45	45	2025	2025	2025
39	47	47	2209	2209	2209
40	45	47	2025	2209	2115
41	43	44	1849	1936	1892

42	39	46	1521	2116	1794
43	35	33	1225	1089	1155
44	36	42	1296	1764	1512
45	36	35	1296	1225	1260
46	37	29	1369	841	1073
47	22	19	484	361	418
48	27	18	729	324	486
49	23	18	529	324	414
50	35	43	1225	1849	1505
TOTAL	1975	2035	79607	85183	81901

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah

**Hasil Analisis Aplikasi Berbasis *Customer Relationship Management* (CRM) (X)
Terhadap Kualitas Pelayanan (Y)**

$$\begin{array}{ll}
 N = 50 & \sum XY = 81901 \\
 \sum X = 1975 & \sum X^2 = 79607 \\
 \sum Y = 2035 & \sum Y^2 = 85183
 \end{array}$$

Keseluruhan hasil tersebut dimasukkan ke dalam rumus korelasi *product moment*, maka dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :

$$r = \frac{50.(81901) - (1975)(2035)}{\sqrt{50.(79607) - (1975)^2 \cdot (50.(85183) - (2035)^2)}}$$

$$r = \frac{4095050 - 4019125}{\sqrt{3980350 - (1975)^2 \cdot (4259150 - (2035)^2)}}$$

$$r = \frac{75925}{\sqrt{9401570625}}$$

$$r = \frac{75925}{96961,69668}$$

$$r = 0,7830411657$$

$$\mathbf{r = 0,78}$$

Dari hasil perhitungan diatas diketahui nilai $r=0,78$ dan mendekati 1, maka pengaruh atau hubungan antara variable aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* dengan variable kualitas pelayanan adalah sangat kuat artinya jika aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* lebih ditingkatkan maka kualitas pelayanan akan meningkat.

b. Analisis Koefisien Penentu (Coefficient of Determination)

Untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap naik turunnya variable Y dapat dicari dengan rumus :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

$$KP = 0,78^2 \times 100\%$$

$$KP = 0.613153467 \times 100\%$$

$$KP = 61,31\%$$

$$\mathbf{KP = 61\%}$$

Hasil perhitungan diatas menjelaskan bahwa kontribusinya atau pengaruh aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* terhadap kualitas pelayanan adalah sebesar 61% dan sisa 39% dipengaruhi oleh faktor lain.

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui hubungan antara aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* (variable X) terhadap kualitas pelayanan (variabel Y) dilakukan analisis regresi linear sederhana menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Untuk mengetahui nilai dari a dan n menggunakan rumus :

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

Data yang diolah dengan Ms. Excel :

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	1446.122452	1446.122	76.0802	0,000
Residual	48	912.3775478	19.00787		
Total	49	2358.5			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	3.082721856	4.356573455	0.707602	11.84219987
X	0.952336156	0.109182847	8.722397	1.171862982

Penulis membuktikan dengan penghitungan manual dan didapatkan hasil sebagai berikut :

$$b = \frac{(50.81901) - (1975).(2035)}{50.(79607) - (1975)^2}$$

$$b = \frac{4095050 - 4019125}{3980350 - 3900625}$$

$$b = \frac{75925}{79725}$$

$$b = 0,9523361555$$

$$b = \mathbf{0,95}$$

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$a = \frac{2035 - (0,9523361555)(1975)}{50}$$

$$a = \frac{2035 - 1880,8639071125}{50}$$

$$a = \frac{154,1360928875}{50}$$

$$a = 3,08272185575$$

$$a = \mathbf{3,08}$$

Pada perhitungan diatas nilai a adalah 3,08 sedangkan nilai b adalah 0,95 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,08 + 0,95X$$

Koefisien b disamakan koefisien arah regresi dan menyatakan rata-rata variable Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila nilai b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- a) Konstanta sebesar 3,08 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* maka nilai kualitas pelayanan sebesar 3,08
- b) Koefisien regresi X sebesar 0,95 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) satuan aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)*, maka nilai kualitas pelayanan bertambah sebesar 0,95

Yang artinya antara koefisien X dan Y berbanding lurus, yaitu apabila aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* meningkat, maka kualitas pelayanan juga akan meningkat.

d. Pengujian Hipotesis

Dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Untuk mengetahui t_{hitung} digunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

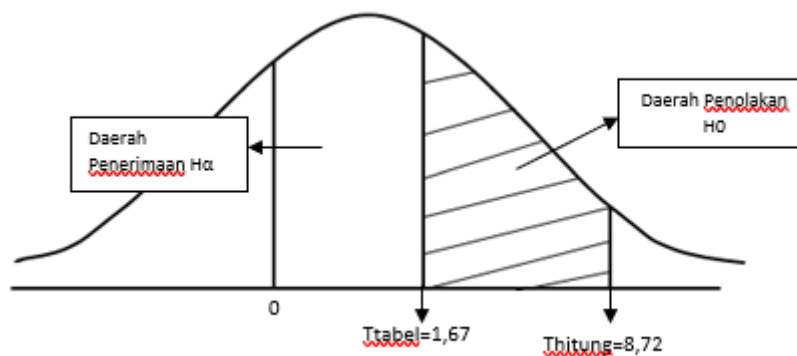
$$t_{hitung} = \frac{0,783041166\sqrt{50-2}}{\sqrt{1-0,783041166^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,783041166\sqrt{48}}{\sqrt{1-0,613153468}}$$

$$t_{hitung} = \frac{5,4250}{0,6219698803}$$

$$t_{hitung} = 8,72$$

Sedangkan hasil t_{tabel}



$$t_{tabel} = n = 50$$

$$t_{tabel} = 1,67$$

Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,72 > 1,67$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan yang kuat yang antara aplikasi berbasis *customer relationship management* (CRM) (variable X) terhadap kualitas pelayanan (variabel Y)

E. PEMECAHAN MASALAH

Dalam menganalisis permasalahan yang telah dikemukakan di atas, penulis mencoba memberikan suatu pemecahan terbaik dari beberapa penjelasan yang diberikan. Sebelum sampai pada pemecahan masalah, penulis menyampaikan beberapa masalah yang terjadi antara lain :

1. Pemecahan masalah menurunnya kualitas pelayanan yang disebabkan aplikasi berbasis *CRM* di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna masih sering mengalami *down system* sehingga penagihan kembali menggunakan secara manual untuk sesaat. Hal yang perlu diperhatikan agar perusahaan tidak mengalami penurunan kualitas pelayanan penagihan akibat *down system*, maka kita perlu mengatasi masalah tersebut dengan berupaya mengantisipasi kondisi yang terjadi. Adapun cara yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan divisi niaga di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna yaitu :
 - a. Pemeriksaan koneksi internet dan server secara berkala untuk melihat tidak adanya masalah pada infrastruktur jaringan
 - b. Perbaharuan aplikasi demi memperbaiki *bug* yang menyebabkan *down system*
 - c. Pembersihan *cache* dan data aplikasi untuk menyelesaikan masalah data yang korup
 - d. Menggunakan sistem penagihan manual selama aplikasi mengalami *down system* dan mengkomunikasikan dengan pihak mitra melalui email atau notifikasi dalam aplikasi dalam penyampaian informasi bila ada kendala yang terjadi.
2. Pemecahan masalah kurangnya penanganan terhadap kendala yang diajukan. Penanganan terhadap kendala merupakan faktor yang penting dalam penilaian kualitas pelayanan. Hal ini dikarenakan penanganan terhadap kendala menjadi jaminan atas pelayanan yang diberikan pada mitra. Hal yang harus dilakukan PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna adalah dengan mengevaluasi dan memantau metrik kepuasan pelanggan dengan survey yang diberikan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dalam penganalisaan data pada skripsi ini. Kuesioner dibuat berdasarkan indikator aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* terhadap kualitas pelayanan divisi niaga di PT Pelayarana Bahtera. Kuesioner diolah dan menghasilkan sebagai berikut :

1. Permasalahan yang dialami oleh penulis yaitu aplikasi *CRM* yang sering mengalami *down system* dan kurangnya penanganan terhadap kendala yang diajukan oleh para mitra. Adanya kendala dari masing masing variable ditunjukkan berdasarkan hasil distribusi frekuensi yang memperoleh mean terendah di masing-masing indikator. Pada variable X, pernyataan dengan perolehan *mean* terendah yakni “PT. Bahtera Adhiguna menyediakan aplikasi berbasis *CRM* yang mudah di akses kapan saja” dengan *mean* yaitu 3,02 dan pada variabel Y, pernyataan dengan nilai *mean* terendah yaitu “Adanya penanganan terhadap keluhan yang diajukan” dengan perolehan nilai rata-rata 3,26
2. Dengan hasil yang diperoleh dari kuesioner mengenai pengaruh aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)* terhadap kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil analisis mengenai pengaruh aplikasi *customer relationship management (CRM)* terhadap kualitas pelayanan menggunakan koefisien korelasi $(r) = 0,78$ yang mendekati angka 1. Berarti dapat diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang kuat aplikasi *customer relationship management (CRM)* terhadap kualitas pelayanan.
- b. Hasil analisis koefisien penentu diperoleh nilai $r^2 = 0.613153467$ dengan $KP = 61\%$ yang menunjukkan bahwa aplikasi *customer relationship management (CRM)* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan sebesar $r = 61\%$, sisa 39% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.
- c. Hasil uji hipotesis koefisien korelasi terhadap populasi yang telah yang dipaparkan diperoleh angka $t_{hitung} (8,72) > t_{tabel} (1,67)$ sehingga H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, yang berarti adanya pengaruh yang signifikan dan sesuai dengan perhitungan antara variabel X (aplikasi berbasis *customer relationship management (CRM)*) dengan variabel Y (kualitas pelayanan)

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis mencoba memberikan saran yaitu:

1. Pada permasalahan menurunnya kualitas pelayanan yang disebabkan aplikasi berbasis *CRM* di PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna masih sering mengalami *down system*, pemecahan masalah yang memungkinkan untuk dilakukan adalah pemeriksaan dan pembaharuan aplikasi demi memperbaiki *bug* yang menyebabkan *down system*. Adapun saran yang dapat penulis berikan
 - a. Saran untuk perusahaan yaitu dengan menggunakan alat pemantau untuk melacak kinerja aplikasi dan mengidentifikasi potensi masalah.
 - b. Saran yang dapat penulis berikan kepada karyawan terkait masalah ini yaitu menciptakan budaya pelaporan *bug* yang terbuka dan mudah diakses bagi karyawan, selain itu dapat dilakukan adanya edukasi dan pelatihan rutin bagi karyawan mengenai penggunaan aplikasi *CRM* yang optimal dan benar.
 - c. Saran yang penulis berikan kepada para mitra yaitu dengan melaksanakan komunikasi terbuka antara PT Pelayaran Bahtera Adhiguna dan para mitra
2. Pada permasalahan kurangnya penanganan terhadap kendala yang diajukan oleh para mitra, pemecahan masalah yang dapat dilakukan yaitu dengan

mengevaluasi dan melakukan pemantauan metrik kepuasan pelanggan. Bila hal tersebut masih dianggap kurang efektif, adapun saran yang dapat penulis berikan yaitu :

- a. Saran untuk perusahaan adalah dengan memperkuat sistem manajemen kendala dengan alur pelaporan dan penanganan kendala yang jelas serta mengkategorikan dan memprioritaskan kendala yang diajukan para mitra.
- b. Saran untuk karyawan PT Pelayaran Bahtera Adhiguna yaitu membangun komunikasi secara terbuka dan transparan dengan cara menghubungi mitra secara proaktif tentang pengalaman mereka dengan perusahaan dan mengidentifikasikan potensi masalah serta kendala yang dialami kedua belah pihak
- c. Saran untuk mitra PT Pelayaran Bahtera Adhiguna yaitu langsung sampaikan keluhan secara detail dan dengan informasi yang relevan seperti tanggal kejadian dan kendala yang dialami selama pemberian pelayanan. Para mitra pun perlu memantau kemajuan penyelesaian masalah dan berkolaborasi dengan PT Bahtera Adhiguna untuk menemukan solusi terbaik.