

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Membangun interaksi yang harmonis dengan masyarakat, atau yang sering disebut sebagai hubungan Masyarakat atau humas, adalah strategi yang sangat efektif dalam dunia bisnis, terutama bagi penyedia jasa. Melalui interaksi dengan masyarakat, penyedia layanan dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tingginya kepuasan pelanggan akan berbanding lurus dengan laoyalitas mereka (Dewa & Setyohadi, 2017). Loyalitas pelanggan dianggap sebagai aset penting bagi setiap layanan atau perusahaan untuk menjaga kelangsungan pelanggan. Kunci utama untuk meningkatkan layanan pelanggan adalah dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) (Hamidin, 2008).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan sistem yang dikembangkan untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Salah satu upaya untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan hadiah setiap kali pelanggan melakukan transaksi (Permatasari & Firniawati, 2013). Sistem CRM pada dasarnya dirancang untuk membantu sebuah organisasi mengelola interaksi mereka dengan pelanggan. Walaupun banyak aplikasi CRM awalnya dikembangkan untuk perusahaan bisnis, konsep ini dapat diterapkan dalam berbagai industri, termasuk pendidikan. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi untuk mengumpulkan kebutuhan pelanggan dan praktik bisnis guna menciptakan hubungan yang lebih kuat. Saat ini, hubungan yang kuat dengan pelanggan menjadi kunci utama untuk meraih kesuksesan dalam bisnis apa pun (Gholami et al 2015).

Sekolah merupakan tempat di mana murid memperoleh layanan pendidikan. Oleh karena itu, sekolah diharapkan memberikan sarana dan layanan yang berkualitas untuk mencetak generasi muda yang kompeten dan mampu berkolaborasi dalam pembangunan masyarakat. Salah satu contohnya adalah SDN WATUWUNGKUK di Kabupaten Probolinggo, yang telah meluluskan banyak alumni. Namun, manajemen kepuasan pelanggan di sekolah ini, khususnya orang

tua/wali murid, belum mencapai tingkat optimal dan terkontrol dengan baik. Hal ini mengakibatkan kesulitan bagi pihak sekolah dalam memantau kepuasan pelanggan di bawah kepemimpinannya.

Bagi pihak sekolah terutama kepala sekolah, sangat berharap untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pengguna sekolah dalam hal ini yaitu orangtua/wali murid. Mereka adalah komponen utama dalam upaya meningkatkan pelayanan Pendidikan, sehingga perlu untuk membuat sistem informasi khusus yang mampu memudahkan tentang pengelolaan kepuasan pelanggan sekolah.

Sistem yang memberikan respons kepada pelanggan mengenai pentingnya pendapat mereka penting untuk menciptakan hubungan dua arah antara sekolah dan pelanggan. Penambahan pertanyaan dalam kuisisioner direncanakan untuk sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Menurut Pasuraman, et.all dalam(Wardhani, 2006) Metode servqual terdiri atas lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *Tangibles* (bukti terukur), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati).

Dengan demikian, usulan sistem akan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) karena fokus pada kepuasan pelanggan, sesuai dengan latar belakang, membuat penulis untuk membuat suatu penelitian yang berjudul **“PENERAPAN CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMENT) UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN PENDIDIKAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (*SERVICE QUALITY*) STUDI KASUS: SDN WATUWUNGKUK** “. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan layanan untuk memperkuat hubungan antara sekolah dan orangtua/wali murid, baik dalam hal penyampaian informasi maupun pelayanan secara umum.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan dapat dirumuskan sebagai bagaimana cara menerapkan dan membangun sistem *Customer Relationship*

Management (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Menggunakan Metode Servqual (*Service Quality*) Studi Kasus : SDN WATUWUNGKUK?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak terlalu luas dan lebih terfokus, permasalahan dibatasi oleh beberapa hal:

- a. Fokus pada hubungan Masyarakat (humas) antara sekolah dan wali murid.
- b. Penerapan CRM dan Metode perhitungan tingkat kepuasan hanya akan difokuskan pada *Service Quality*.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menerapkan dan membangun sistem *Customer Relationship Management* (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Menggunakan Metode Servqual (*Service Quality*) Studi Kasus: SDN WATUWUNGKUK.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dari tugas akhir ini adalah:

- a. Membantu pimpinan sekolah dalam melihat tingkat kepuasan para pelanggan sekolah yaitu wali murid.
- b. Mempermudah pelanggan sekolah dalam menyampaikan kritik, dan saran kepada pihak sekolah.
- c. Mendukung pimpinan sekolah dalam meningkatkan pelayanan Pendidikan.