

ABSTRAK

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI AFTER SALES BERBASIS WEB PADA PT KARABHA PERKASA

Oleh

Huda Fitra Fahrizal

NIM: 1317041

Program Studi Sistem Informasi Industri Otomotif

PT Karabha Perkasa memiliki dua pelayanan, yaitu pelayanan jual beli dan bengkel resmi. Setiap pembelian kendaraan di PT Karabha Perkasa, pelanggan akan mendapatkan kupon servis gratis yang dapat digunakan untuk melakukan servis berkala di bengkel resmi. Akan tetapi, hal ini kurang dimanfaatkan oleh pelanggan dikarenakan mereka sering terlupa untuk melakukan servis kendaraannya, sebab tidak adanya pelayanan *after sales* yang maksimal. Dalam proses *after sales* yang berjalan masih menggunakan sistem manual dengan cara menginput masing-masing nomor pelanggan ke dalam kontak handphone dan menghubungi secara satu-persatu, hal ini tentunya tidak efektif dengan menghabiskan banyak waktu serta tidak semua pelanggan mendapatkan pelayanan *after sales*. Oleh karena itu, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam penelitiannya. Adapun alasan mengapa metode ini yang dipilih karena disebabkan pada permasalahan dalam penelitian ini yang menitikberatkan pada data di lapangan dengan mempelajari kondisi yang ada. Sehingga perlu dilakukan penelitian secara langsung ke lapangan dengan menitikberatkan pada kebutuhan data untuk pengembangan sistem. Setelah melakukan studi pendahuluan, dapat dilakukan identifikasi masalah yang terjadi pada pelayanan *after sales* pada PT Karabha Perkasa. Dalam mengidentifikasi masalah, dilakukan dengan beberapa cara seperti analisa dokumen dan data yang terkait dengan pelayanan *after sales*, seperti data pelanggan, data servis, dan dokumen kupon servis gratis serta analisa dampak dari pelayanan *after sales* dengan menggunakan proses bisnis yang sedang berjalan. Dampak kurangnya pelayanan *after sales* bagi perusahaan yaitu tidak dapat memenuhi target servis, yang mana meliputi servis berkala, servis ringan, dan servis besar maupun berat yang menjadi salah satu sumber pendapatan perusahaan. Selain itu, untuk laporan servis kendaraan tidak diketahui secara jelas berapa jumlah kendaraan yang melakukan servis, baik itu secara harian, mingguan, dan bulanan. Penelitian ini bertujuan membantu meningkatkan pendapatan perusahaan melalui pelayanan *after sales* yang terkomputerisasi.

Kata kunci: *after sales*, kendaraan, pelayanan, servis.