

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Nasmoco Bahana Motor (Nasmoco Bantul) merupakan *dealer* resmi produk Toyota untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralamat di Jl. Ringroad Selatan, Jadan, Tamantirto, Bantul, Yogyakarta. Nasmoco Bantul melayani penjualan mobil baru baik *cash* maupun kredit, jasa perawatan dan servis mobil, jasa perbaikan bodi dan cat mobil, serta penjualan suku cadang (Wati, 2013). Selain Nasmoco Bantul terdapat dua dealer Nasmoco lain yang juga beroperasi di wilayah Yogyakarta yaitu PT. Nasmoco Bahtera Motor (Nasmoco Mlati) dan Nasmoco Janti. Dari ketiga dealer tersebut, hanya Nasmoco Bantul yang melayani jasa perbaikan bodi dan cat mobil.

Nasmoco Bantul menghadapi persaingan yang cukup ketat dalam menarik pelanggan untuk melakukan perbaikan bodi dan cat, dikarenakan di Yogyakarta sendiri sudah banyak bengkel independen yang juga menyediakan jasa perbaikan bodi dan cat. Bengkel independen memiliki kelebihan terutama pada bagian biaya, karena bengkel independen dapat menekan biaya produksi dengan cara memilih material dan cat dengan kualitas rendah yang tentu saja berbanding lurus dengan kualitas hasil pekerjaan yang tidak sebaik dealer resmi. Namun segmentasi pelanggan yang membayar secara tunai (mobil yang tidak di-*cover* asuransi) masih lebih memilih menggunakan bengkel independen untuk memperbaiki mobilnya karena jauh lebih murah walaupun dengan kualitas yang tidak bagus (Novianto, 2018).

Maka dari itu Nasmoco Bantul terus melakukan aktivitas *marketing* guna menarik pelanggan untuk datang melakukan perbaikan bodi dan cat, baik itu pelanggan yang menggunakan asuransi maupun yang tidak. Sebagai informasi, komposisi kendaraan milik pelanggan yang pernah melakukan perbaikan di Nasmoco Bantul adalah 70% *customer* yang menggunakan asuransi dan 30%

customer yang tidak menggunakan asuransi (Lestari, 2010). Dari data tersebut Nasmoco Bantul berupaya untuk memaksimalkan *unit entry* yang bersumber dari mobil yang di-*cover* oleh asuransi. Namun terjadi kendala, karena belum adanya *database* yang menampung keseluruhan data pelanggan yang menggunakan asuransi untuk kendaraannya. Hal tersebut tentu menjadi kendala karena staff *Body and Paint* tidak mengetahui mana saja pelanggan yang masa berlaku asuransinya masih berjalan.

Asuransi merupakan *compensation agreemant* yang melibatkan pihak yang menderita kerugian serta pihak yang akan memberikan kompensasi terkait dengan kerugian yang terjadi. Menurut prinsip *indemnitas* (ganti rugi), asuransi merupakan prosedur pihak penanggung menyerahkan kompensasi dalam bentuk finansial dalam upaya untuk mengembalikan pihak yang ditanggung pada kondisi finansial yang sama seperti sebelum terjadinya kerugian tersebut (Yazid, 2015). Sebagai informasi, untuk asuransi terbagi 2, yaitu *All-Risk* dan *Total Lost*. *All-Risk* adalah tipe asuransi yang meng-*cover* seluruh kerusakan yang terjadi pada kendaraan, baik itu kerusakan ringan, sedang hingga kerusakan berat maupun kehilangan akibat pencurian maupun bencana. Sedangkan untuk asuransi *Total Lost* adalah tipe asuransi yang mengganti kerusakan/kerugian apabila kerusakan yang terjadi di atas 75%. *Target market* yang dibidik Nasmoco Bantul adalah pelanggan yang asuransi yang digunakan tipe *All-Risk* dan biasanya asuransi tersebut hanya berlaku pada 1 tahun pertama masa kepemilikan mobil. Oleh karena itu sangat penting untuk memiliki *database* yang dapat menampilkan informasi keseluruhan asuransi yang digunakan pelanggan berikut dengan masa berlakunya (Lestari, 2010).

Di samping itu, terkait dengan kerjasama dengan pihak penyedia layanan asuransi masih terdapat masalah. Pihak manajemen belum memiliki sebuah standar dalam menentukan besaran diskon yang akan diberikan kepada pihak asuransi yang bekerja sama dengan Nasmoco Bantul. Untuk itu perlu sebuah sistem yang dapat membantu pihak manajemen dalam mengkalkulasi berbagai data progres kendaraan pelanggan yang di-*cover* asuransi secara otomatis yang nantinya diharapkan dapat membantu pihak manajemen dalam menentukan besaran diskon yang akan diberikan kepada pihak penyedia layanan asuransi.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat suatu sistem *database* berfungsi untuk menyimpan data pelanggan pengguna layanan asuransi yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran jasa agar pelanggan dapat datang melakukan perbaikan ke Nasmoco Bantul. Sistem *database* juga diintegrasikan dengan SPK penentuan diskon asuransi dengan menggunakan metode *SMARTER* yang diharapkan dapat membantu pihak manajemen dalam menentukan besaran diskon yang akan diberikan kepada rekanan perusahaan asuransi dengan beberapa kriteria yang telah dibuat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara memaksimalkan potensi pelanggan yang menggunakan asuransi sehingga melakukan perbaikan mobil ke bengkel Nasmoco Bantul?
2. Bagaimana mengembangkan sistem informasi yang dapat *me-manage* data pelanggan yang menggunakan asuransi sehingga dapat dikelola dan diprospek untuk melakukan perbaikan mobil ke bengkel Nasmoco Bantul serta membantu manajemen dalam menentukan pemberian diskon ke pihak penyedia layanan asuransi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memaksimalkan potensi pelanggan yang menggunakan asuransi sehingga melakukan perbaikan mobil ke bengkel Nasmoco Bantul.
2. Mengembangkan sistem informasi yang dapat *me-manage* data pelanggan yang menggunakan asuransi sehingga dapat dikelola dan diprospek untuk melakukan perbaikan mobil ke bengkel Nasmoco Bantul serta membantu pihak manajemen dalam menentukan pemberian diskon ke pihak penyedia layanan asuransi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membantu aktivitas marketing Nasmoco Bantul dalam menarik pelanggan yang menggunakan asuransi sehingga potensi *unit entry* bertambah yang berimplikasi pada meningkatnya *revenue* bengkel.
2. Nasmoco Bantul dapat memanfaatkan sistem informasi yang telah dibuat untuk melakukan pengembangan dan inovasi layanan kepada pelanggan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan dari penelitian yang dilakukan ini adalah:

1. Ruang lingkup penelitian hanya di lingkungan Nasmoco Bantul
2. Objek penelitian hanya pada *database system* pelanggan *Body and Paint Repair*.
3. Data penjualan unit kendaraan dari 2019-2021.
4. Data *invoice Body and Paint* selama tahun 2021.