

ABSTRAK

Pada era globalisasi ini begitu banyak bidang usaha jasa yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah, salah satunya adalah jasa bengkel mobil dimana dalam usaha jasa ini begitu banyak persaingan yang ketat yaitu mulai dari yang skala kecil hingga yang berskala besar. Dengan adanya perkembangan teknologi yang menyebabkan adanya pergeseran Sistem Informasi. Sistem Informasi mulai bergeser dari sistem manual menjadi sistem terkomputerisasi. Dimana Sistem Informasi ini melibatkan komponen-komponen yang terdiri dari orang, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi, dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah dan kemudian menghasilkan informasi yang berupa laporan yang diperlukan oleh suatu organisasi (O'Brien,2005, Jogiyanto,2005). Dengan dukungan teknologi informasi akan mendukung usaha keseluruhan perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan konsumen (Turban,Rainer and Potter, 2005). Agar dapat mempertahankan konsumen maka diterapkan sistem informasi berbasis *Customer Relationship Management* (CRM). Perancangan Sistem Informasi berbasis CRM dapat dilakukan dengan perancangan yang sesuai dengan kebutuhan dari pengguna, maka diperlukan suatu analisis mengenai permasalahan yang dihadapi oleh organisasi tersebut. Hasil dari analisis tersebut yang kemudian dijadikan dasar dalam membuat suatu rancangan Sistem Informasi Berbasis CRM yang sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan. Agar suatu Sistem Informasi Berbasis CRM ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen maka harus ditentukan terlebih dahulu alat ukur yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang terdapat pada perusahaan, lalu mencari solusi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dari pengukuran yang telah dilakukan. Salah satu tujuan dari perancangan sistem informasi berbasis CRM ini adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen sehingga dapat diperoleh informasi yang dapat digunakan untuk menjaga hubungan dengan konsumen.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Sistem Informasi Berbasis *Customer Relationship Management* (CRM), dan Kepuasan Konsumen.