

Meningkatkan Pelayanan Pelanggan dengan Sistem Informasi Manajemen: Membangun Loyalitas dan Keunggulan Kompetitif

Balqis Humaira

Universitas Malikussaleh

Rayyan Firdaus

Universitas Malikussaleh

Alamat: Cot Tengku Nie Reuleut, Kec. Muara Batu, Kabupaten Aceh Utara, Aceh

Korespondensi penulis: balqis.220420025@mhs.unimal.ac.id, rayyan@unimal.ac.id

Abstract. Management Information System (MIS) is an important tool for companies to manage information and support business processes. However, there are still many companies that have not utilized SIM optimally to improve customer service. This research uses a qualitative case study method to collect data. This research examines the role of Management Information Systems (MIS) in improving customer service quality, building customer loyalty, and achieving competitive advantage in the digital era. The findings show that SIM plays an important role in improving the five dimensions of customer service quality, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, and form. SIM is also proven to help build customer loyalty through increased satisfaction, trust, and commitment. In addition, SIM can help companies achieve a competitive advantage by increasing customer retention, attracting new customers, and improving the company's image.

Keywords: Management Information System; Customer Service; Loyalty; Competitive Advantage

Abstrak. Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan alat penting bagi perusahaan untuk mengelola informasi dan mendukung proses bisnis. Namun, masih banyak perusahaan yang belum memanfaatkan SIM secara optimal untuk meningkatkan pelayanan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus untuk mengumpulkan data. Penelitian ini mengkaji peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif di era digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa SIM memainkan peran penting dalam meningkatkan lima dimensi kualitas pelayanan pelanggan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud. SIM juga terbukti dapat membantu membangun loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen. Selain itu, SIM dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan meningkatkan retensi pelanggan, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan citra perusahaan.

Kata kunci: Sistem Informasi Manajemen; Pelayanan Pelanggan; Loyalitas; Keunggulan Kompetitif

LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis di era digital semakin ketat dan kompleks. Konsumen memiliki akses informasi yang mudah dan pilihan yang beragam, sehingga mereka semakin kritis dan menuntut pelayanan yang lebih baik. Perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang pesat harus mampu memberikan pelayanan pelanggan yang unggul untuk memuaskan ekspektasi konsumen dan membangun loyalitas (Consulting, 2024).

Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan alat penting bagi perusahaan untuk mengelola informasi dan mendukung proses bisnis. SIM dapat digunakan untuk

mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan mengolah data tentang pelanggan, sehingga perusahaan dapat memahami kebutuhan dan ekspektasi mereka dengan lebih baik. Data tersebut kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, seperti mempersonalisasi interaksi, mempercepat penyelesaian masalah, dan memberikan solusi yang tepat (Hapriyanto, 2024).

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa SIM dapat memberikan dampak positif terhadap pelayanan pelanggan. Namun, masih banyak perusahaan yang belum memanfaatkan SIM secara optimal untuk meningkatkan pelayanan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman tentang manfaat SIM, keterbatasan sumber daya, dan resistensi terhadap perubahan (Mintawati et al., 2024).

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana **meningkatkan pelayanan pelanggan dengan sistem informasi manajemen: membangun loyalitas dan keunggulan kompetitif**.

KAJIAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Yaitu kualitas pelayanan ditentukan oleh lima dimensi, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud. SIM dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan dalam semua dimensi tersebut (Fery Siswadi, 2020).

Pengertian Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)

Berarti bahwa loyalitas pelanggan terbentuk melalui proses yang melibatkan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen. SIM dapat membantu perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan dengan memberikan pelayanan yang unggul (Tiara Azalia Septyarani, 2023).

Keunggulan Kompetitif (*Competitive Advantage*)

Artinya keunggulan kompetitif dapat dicapai dengan memberikan nilai yang lebih baik kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing. SIM dapat membantu perusahaan meningkatkan nilai yang diberikan kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun loyalitas (Ahmad Nasrudin, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus untuk mengumpulkan data (Kawasati, 2020). Studi kasus akan digunakan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana SIM diterapkan di perusahaan tersebut dan bagaimana SIM membantu meningkatkan pelayanan pelanggan, membangun loyalitas, dan mencapai keunggulan kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami peran SIM dalam meningkatkan pelayanan pelanggan dan membangun keunggulan kompetitif.

Peran SIM dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa SIM memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dalam lima dimensi:

- 1) Keandalan: SIM membantu perusahaan memastikan bahwa pelayanan pelanggannya konsisten dan dapat diandalkan. Hal ini dapat dicapai dengan mengotomatisasi proses pelayanan, menyediakan akses informasi yang mudah bagi pelanggan, dan memantau kinerja pelayanan secara berkala.
- 2) Daya tanggap: SIM membantu perusahaan merespon keluhan dan permintaan pelanggan dengan cepat dan tepat. Hal ini dapat dicapai dengan menyediakan saluran komunikasi yang mudah diakses, seperti live chat, email, dan media sosial, serta dengan menerapkan sistem manajemen keluhan yang efektif.
- 3) Jaminan: SIM membantu perusahaan membangun kepercayaan pelanggan dengan memberikan jaminan atas kualitas pelayanannya. Hal ini dapat dicapai dengan menyediakan pelatihan yang memadai bagi staf pelayanan, menerapkan standar pelayanan yang jelas, dan menawarkan program kompensasi untuk pelanggan yang tidak puas.
- 4) Empati: SIM membantu perusahaan memahami kebutuhan dan perasaan pelanggan dengan lebih baik. Hal ini dapat dicapai dengan menganalisis data interaksi pelanggan, seperti survei dan ulasan, dan dengan memberikan pelatihan empati bagi staf pelayanan.
- 5) Wujud: SIM membantu perusahaan menciptakan citra yang positif dan profesional. Hal ini dapat dicapai dengan menyediakan website yang menarik dan informatif, serta dengan menerapkan standar pelayanan yang tinggi di semua titik kontak dengan pelanggan.

SIM dan Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini juga menemukan bahwa SIM dapat membantu membangun loyalitas pelanggan dengan beberapa cara:

- 1) Meningkatkan kepuasan pelanggan: Pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali lagi.
- 2) Membangun kepercayaan: SIM membantu perusahaan membangun kepercayaan pelanggan dengan memberikan informasi yang akurat dan transparan, serta dengan menjaga kerahasiaan data pelanggan.
- 3) Meningkatkan komitmen: Pelanggan yang puas dan loyal lebih cenderung untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan menjadi pelanggan setia dalam jangka panjang.

SIM dan Keunggulan Kompetitif

SIM dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan:

- 1) Meningkatkan retensi pelanggan: Pelanggan yang loyal lebih cenderung untuk tetap menggunakan produk atau layanan perusahaan daripada beralih ke pesaing.
- 2) Menarik pelanggan baru: Pelayanan pelanggan yang unggul dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan pangsa pasar perusahaan.
- 3) Meningkatkan citra perusahaan: Reputasi perusahaan yang baik untuk pelayanan pelanggan dapat menarik investor dan mitra bisnis baru.

Sesuai dengan hasil dan pembahasan tersebut diketahui bahwa penerapan SIM yang efektif telah membantu perusahaan tersebut meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif. Perusahaan tersebut telah mengalami peningkatan kepuasan pelanggan, penurunan tingkat churn rate, dan peningkatan penjualan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif di era digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa SIM memainkan peran penting dalam meningkatkan lima dimensi kualitas pelayanan pelanggan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud. SIM juga terbukti dapat membantu membangun loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen. Selain itu, SIM dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan meningkatkan retensi pelanggan, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan citra perusahaan.

Studi kasus menunjukkan bahwa penerapan SIM yang efektif dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan keunggulan kompetitif. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan kepuasan pelanggan, penurunan tingkat churn rate, dan peningkatan penjualan pada perusahaan yang diteliti. Kesimpulannya, SIM merupakan alat yang penting bagi perusahaan untuk meningkatkan pelayanan pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif di era digital. Penerapan SIM yang efektif dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja dan daya saing perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad Nasrudin. (2023). Keunggulan Kompetitif: Definisi, Pentingnya, Cara Mengukur. *Cerdasco*. <https://cerdasco.com/keunggulan-kompetitif/>
- Consulting, P. (2024). Strategi Bisnis Digital: Transformasi Perusahaan dalam Era Digital. *Proxisgroup.Com*. <https://strategy.proxisgroup.com/insight/strategi-bisnis-digital-transformasi-perusahaan-dalam-era-digital/>
- Fery Siswadi, H. M., & S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor). *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 43–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jpi.18.1.42-53>
- Hapriyanto, A. R. (2024). Multidisciplinary Science Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 108–117. <https://doi.org/https://doi.org/10.60076/njms.v2i1.255>
- Kawasati, I., & R. (2020). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. 4(1).
- Mintawati, H., Simangunsong, B. A. M. P., Suhardi, M., Fitriani, A. D., Nabillah, A., & Saputra, G. A. (2024). Tinjauan Terhadap Implementasi Sistem Informasi Manajemen dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia di Organisasi Modern. *Judicious*, 4(2), 439–443. <https://doi.org/https://doi.org/10.37010/jdc.v4i2.1529>
- Tiara Azalia Septyarani, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 218–227. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>