

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diera digital yang semakin berkembang, teknologi telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi banyak aspek kehidupan manusia. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah aspek penting dari operasi organisasi bisnis manapun. CRM adalah strategi bisnis yang melibatkan pengelolaan informasi rinci tentang setiap pelanggan untuk menciptakan nilai, menyenangkan pelanggan, dan menghasilkan loyalitas melalui aktivitas koordinasi. dan mengabaikan pesaing (Carissa dkk., 2014).

Penggunaan kecerdasan buatan di *chatbot* memungkinkan komputer berkomunikasi melalui teks atau suara dalam bahasa yang berbeda. Perusahaan dapat memanfaatkan *chatbot* untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Bouhia et al., 2022). *Chatbot* adalah program komputer yang dapat mensimulasikan percakapan bahasa alami. (P dan Afrianto, 2015).

WhatsApp membanggakan platform pesan instan paling aktif di dunia, dengan 2 miliar pengguna di seluruh dunia. Aplikasi ini diluncurkan oleh Jan Koum dan Brian Acton pada tahun 2009 dan diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2014. WhatsApp aplikasi perpesanan seluler yang menggunakan paket data internet, dirancang untuk memfasilitasi komunikasi lintas platform dengan memberikan pengguna kemampuan untuk bertukar pesan dan informasi secara *real-time*. Fitur-fitur WhatsApp memungkinkan pengguna untuk mengobrol *online*, berbagi file dan lagu atau mengirim peta dan koordinat, bertukar foto dan video, melakukan panggilan jarak jauh, bahkan melakukan panggilan video. (Kartini dkk., 2022).

PO Harapan Jaya merupakan salah satu perusahaan otobus yang telah berdiri selama puluhan tahun dan memiliki reputasi baik dalam pelayanan transportasi antarkota. PO Harapan Jaya juga menggunakan sitem *website*,

telepon *seluler*, dan datang langsung untuk media informasi dan pemesanan tiket bus. Namun, proses pemesanan ini dinilai kurang efektif dikarenakan ada biaya yang harus dikeluarkan dan masih banyak masyarakat luas yang belum paham prosedur penggunaan *website*. Maka dari itu perusahaan perlu meningkatkan pengalaman pelanggan adalah dengan menerapkan sistem *CRM* dan *chatbot* menggunakan WhatsApp yang dapat membantu pelayanan dan pemesanan tiket yang mudah dipahami dan mudah digunakan oleh masyarakat luas.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “*Prototype CRM Chatbot Menggunakan WhatsApp Untuk Pemesanan Tiket Bus Pada P.O Harapan Jaya*”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang *prototype CRM chatbot* menggunakan WhatsApp untuk pemesanan tiket bus PO Harapan Jaya?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana membuat *prototype* sebuah *chatbot* menggunakan WhatsApp yang dapat memberikan pelayanan dalam pemesanan tiket bus PO Harapan Jaya.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah merancang dan mengembangkan *prototype CRM chatbot* yang dapat digunakan untuk pemesanan tiket bus PO Harapan Jaya melalui WhatsApp.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan tiket bus pada PO Harapan Jaya melalui *chatbot* WhatsApp.
2. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas PO Harapan Jaya dalam memberikan layanan pemesanan tiket bus dengan mengimplementasikan teknologi *chatbot* pada sistem pemesanan tiket.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan hasil penelitian sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang penelitian dengan menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan konsep *chatbot*, sistem CRM, WhatsApp sebagai platform komunikasi, pemesanan tiket dalam bisnis transportasi, dan penelitian terkait yang mendukung landasan teoritis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan kualitatif dan eksperimental yang digunakan, prosedur pengumpulan data, analisis data, kerangka waktu penelitian, serta keterbatasan metode yang diterapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas langkah-langkah implementasi *chatbot*, termasuk desain, pengembangan, dan integrasi dengan WhatsApp API. Selain itu, bab ini mencakup uji coba fungsionalitas dan pengalaman pengguna.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

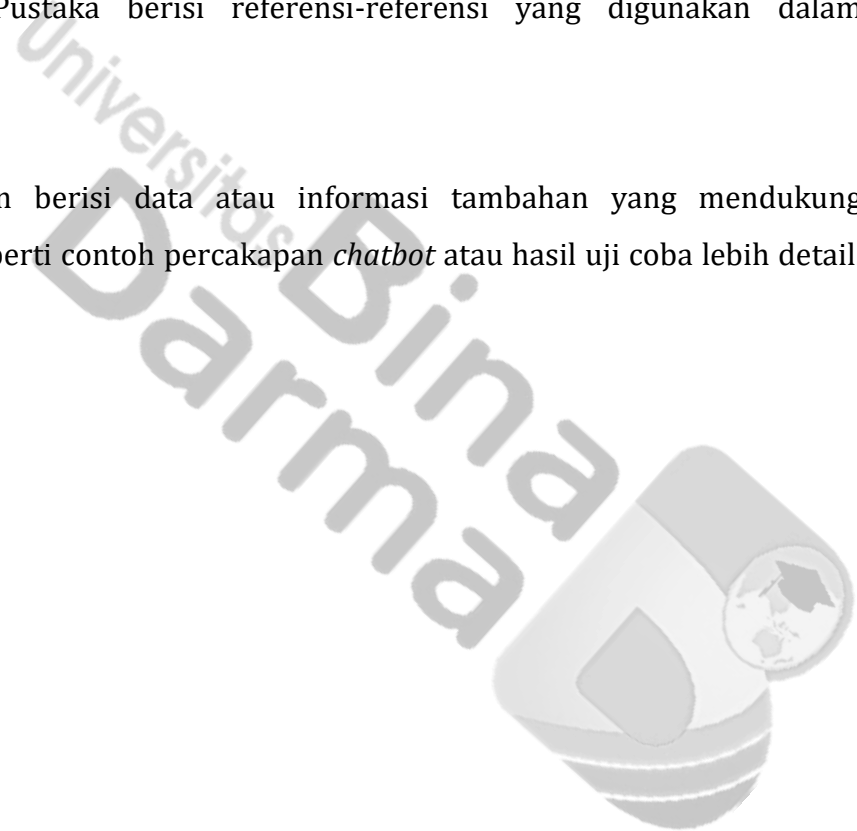
Bab ini berfokus pada hasil analisis, diskusi temuan, kesimpulan yang ditarik dari penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan dalam penelitian.

LAMPIRAN

Lampiran berisi data atau informasi tambahan yang mendukung penelitian, seperti contoh percakapan *chatbot* atau hasil uji coba lebih detail.



Universitas Bina
Dharma

