

Sistem Analytical Electronic Customer Relationship Management pada PT. Subur Raja Roda Sejahtera

Addy Kurniawan S.*¹, Wina Witanti², Herdi Ashaury³

^{1,2,3}Jurusan Informatika Fakultas Sains dan Informatika Universitas Jenderal Achmad Yani;
Jl. Terusan Jenderal Sudirman, Cimahi, Jawa Barat 40513, Telp./Fax. 022-6631302
e-mail: *¹addyselian@gmail.com, ²witanti@gmail.com, ³herdi.ashaury@gmail.com

Abstrak

Persaingan bisnis yang semakin kuat dan banyaknya perusahaan distributor ban di setiap daerah, membuat para pemilik usaha berusaha memberikan layanan jasa dan harga yang murah untuk mempertahankan pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit dibandingkan dengan mencari pelanggan baru, namun terdapat beberapa permasalahan terkait pengolahan data pelanggan dimana perusahaan kesulitan mengatur data pelanggan, penyebaran informasi promo dan kontak pelanggan tidak lengkap maka permasalahan inilah yang membuat perusahaan kesulitan dalam mempertahankan pelanggan yang potensial bagi perusahaan. Sistem yang dapat mengelola, menyajikan data pelanggan dan promosi sehingga perusahaan mengetahui pelanggan tersebut termasuk pelanggan potensial bagi penjualan atau tidak, menjadi hal yang diperlukan saat ini. Data pelanggan yang terorganisasi dengan baik dan dapat menampilkan peluang di setiap penjualan menjadi tujuan penelitian ini, sehingga dirancanglah sistem Analytical Electronic Customer Relationship Management (CRM) untuk lebih mempermudah, mencatat dan memilih data selama proses penjualan serta membantu dalam membina hubungan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini adalah rancangan sistem Analytical e-CRM yang diimplementasikan dalam sebuah aplikasi.

Kata Kunci: sistem informasi, pelanggan, Analytical e-CRM

Abstract

Business competition is getting stronger and there are many tire distributor companies in each region, making business owners get services and low prices to retain customers. This is related to retaining customers. Much more difficult than finding new customers, but related to some questions that related to customer data where the company is experiencing customer data difficulties, spreading promo information and customer contact is incomplete, making it difficult for companies to retain potential customers for the company. A system that can manage, present customer data and promotions so that the company knows whether these customers are potential customers for sales or not, is needed at this time. Customer data that is well organized and be able to display opportunities in each sale was the aim of this research, so an Analytical Customer Relationship Management (CRM) system is designed to make it easier, check and select data during the sales process and assist in building customer relationship and satisfaction. The results of this study are the Analytical CRM system design that is applied in application.

Keywords: information systems, customers, analytical e-CRM

1. PENDAHULUAN

PT. Subur Raja Roda Sejahtera merupakan perusahaan distributor penyedia alat otomotif berupa ban mobil, ban truk, pelumas dan menyediakan jasa perbaikan kendaraan serta pemasangan ban kendaraan, PT. Subur Raja Roda Sejahtera melayani distributor ban, perusahaan, agen travel, rental mobil maupun perorangan, penjualan ban dilakukan dengan cara mendatangi tempat penjualan ban dan juga dengan melakukan pemesanan melalui telepon maupun pesan WhatsApp, seiring kuatnya persaingan antar kompetitor penjualan ban yang semakin bertambah, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik, harga ban yang murah dan ketepatan informasi yang diberikan bagian pemasaran maupun bagian penjualan kepada pelanggan lama maupun calon pelanggan[1], sehingga terjalin hubungan yang erat dengan pelanggan saat berkunjung dan menggunakan jasa perusahaan, agar pelanggan tidak mudah berpindah menggunakan jasa kompetitor lain. Mengelola dan membina hubungan dengan pelanggan merupakan keharusan bagi perusahaan untuk tetap bertahan dalam persaingan dan dapat membawa keuntungan jangka panjang bagi perusahaan berupa pelanggan yang loyal dan citra yang baik bagi produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan[2].

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu teori manajemen yang membahas secara kusus mengenai hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara membina komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk dan jasa perusahaan[3], CRM meliputi semua aspek yang berhubungan dengan pelanggan maupun calon pelanggan dengan CRM data pelanggan merupakan sebuah aset berharga perusahaan seringkali data pelanggan menjadi acuan untuk mengambil keputusan[4], salah satu komponen CRM untuk mengubah data pelanggan menjadi informasi berharga bagi perusahaan ialah Analytical CRM dengan konsep *retain* mempertahankan dan mendapatkan keuntungan dari pelanggan dengan memenuhi harapan pelanggan[5], membuat program untuk menciptakan nilai tambah dan membina komitmen pelanggan diharapkan meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memisahkan pelanggan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan.

Analytical CRM membantu perusahaan dalam mengelompokkan data pelanggan dan strategi mempertahankan pelanggan, perusahaan dapat mengelompokkan pelanggan potensial, karena tidak semua pelanggan memberikan keuntungan dari waktu ke waktu bagi perusahaan. Dengan mengelompokkan pelanggan potensial bagian pemasaran dan penjualan dapat lebih fokus menentukan strategi untuk meningkatkan nilai produk dan penjualan[6], jika data pelanggan tidak dikelola dengan benar akan menjadi tumpukan data serta memakan waktu untuk mengelolanya serta menjadi risiko bagi perusahaan karena antar bagian perusahaan tidak mengetahui interaksi pelanggan jika terdapat keluhan produk yang digunakan, tidak puas dengan layanan dan gagal dalam menangani keluhan pelanggan, dengan bantuan sistem electronic Customer Relationship Management (e-CRM) data pelanggan dapat meningkatkan kinerja karyawan dalam pemasaran, penjualan dan memudahkan menjalin hubungan dengan pelanggan[7].

PT. Subur Raja Roda Sejahtera merupakan distributor ban dengan memiliki dua cabang toko, menyediakan ban kendaraan mobil, velg serta jasa perawatan ban dan penggantian oli mesin, perusahaan ini mengelola data pelanggan dengan mencatat pada buku lalu dipindahkan ke perangkat lunak pengolah *spreadsheet*, interaksi hubungan dengan pelanggan hanya saat proses pemesanan dan pembelian barang saja, dengan banyaknya kompetitor perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk atau barang dengan kualitas terjamin namun juga dituntut untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan agar pelanggan tidak mudah tertarik dengan produk dan jasa kompetitor lain. Dengan bantuan teknologi informasi dan Analytical CRM dapat membantu perusahaan mengelola data pelanggan serta membina hubungan dengan pelanggan seperti manajemen data pelanggan, segmentasi pelanggan, keluhan pelanggan, kesetiaan pelanggan dan survey kepuasan pelanggan sehingga dapat memudahkan perusahaan menjalin hubungan pelanggan dengan meminimalkan risiko *missed*-komunikasi antar bagian perusahaan dan menyebarkan informasi produk maupun jasa perusahaan.

Beranjak dari permasalahan yang ada bahwa penelitian ini dilakukan untuk membantu perusahaan dengan membangun sistem Analytical Electronic Customer Relationship Management pada PT. Subur Raja Roda Sejahtera untuk mengelola data pelanggan dengan melakukan filterisasi (penyaringan) pelanggan potensial bagi perusahaan selama proses penjualan untuk membantu dalam membangun hubungan dan kepuasan pelanggan.

Masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

- a) Tidak efektif dalam mengelola data pelanggan.
- b) Kurang lengkapnya data pelanggan, misal kontak untuk menyebarkan informasi, promo, diskon produk dan jasa.
- c) Jumlah data pelanggan yang tidak sedikit dan memakan waktu dalam pengelompokannya.
- d) Tidak ada survey pelanggan dan menangani keluhan pelanggan untuk memahami kebutuhan pelanggan.

Tujuan penelitian ini yaitu membangun sistem electronic Customer Relationship Management data pelanggan pada PT. Subur Raja Roda Sejahtera, sistem CRM ini menggunakan *database* untuk mencatat data pelanggan seperti kontak pelanggan, histori transaksi pelanggan dan laporan hasil survey pelanggan. Untuk mengatur komunikasi dengan pelanggan perusahaan dapat menggunakan email atau WhatsApp untuk melakukan promosi produk dan jasa serta penyebaran survey kepuasan pelanggan. Tiga data pelanggan yang terdapat pada *database* data personal seperti kontak, data transaksi yaitu histori pembelian produk tertentu serta jumlah dan waktu transaksi dan data komunikasi yaitu hasil survey kepuasan pelanggan. Luaran dari penelitian ini adalah sistem yang dapat memudahkan dalam mengumpulkan, mengelola data pelanggan berupa informasi kontak pelanggan serta memudahkan menyebarkan informasi produk, jasa, promo diskon produk juga menerima keluhan pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi langkah-langkah yang akan dilakukan dalam pembangunan sistem, yang terdiri dari wawancara, studi pustaka, pengumpulan data, analisis proses bisnis, melakukan pengembangan sistem, pembangunan perangkat lunak berdasarkan analisis pengguna, kebutuhan fungsional dan non fungsional, lihat Gambar 1.



Gambar 1 Metode penelitian yang dilakukan

2.1 Wawancara dan observasi

Wawancara dan observasi dilakukan dengan mendatangi PT. Subur Raja Roda Sejahtera, wawancara dilakukan dengan pemimpin toko tentang operasional penjualan perusahaan, bagaimana perusahaan melayani pelanggan, strategi perusahaan mempertahankan pelanggan dan mengelola data pelanggan seperti mencatat informasi pelanggan seperti kontak, histori jumlah pembelian dan tanggal pembelian untuk tiap transaksi.

2.2 Studi Pustaka dan Tinjauan Penelitian

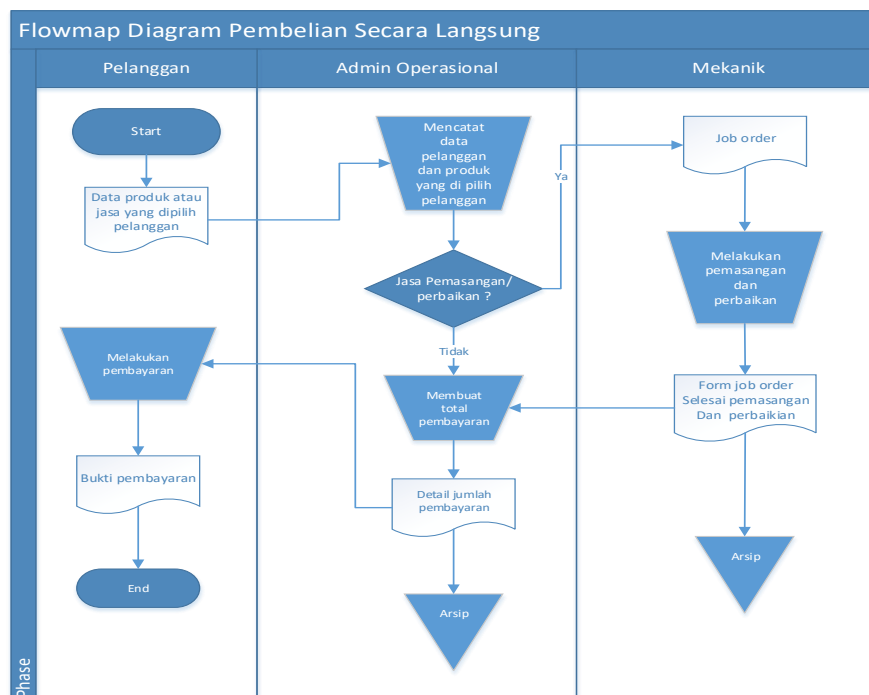
Metode yang lainnya yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu studi pustaka dengan mengumpulkan informasi dari penelitian tentang CRM, e-CRM dan analytical CRM juga melakukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sesuai dengan tema yang dibahas.

2.3 Analisis Proses Bisnis Sistem Berjalan

Tahap analisis adalah mengamati, memahami, dan mengenali masalah untuk menghasilkan rancangan sistem yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Analisis sistem dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya. Analisis sistem digunakan untuk mengidentifikasi dan menunjukkan bahwa proses bisnis tersebut belum memanfaatkan teknologi sistem informasi dalam pelayanan yang diberikan. Berdasarkan pada proses bisnis yang sedang berjalan dapat diketahui informasi mengenai rangkaian atau tahapan proses yang dijalankan ada pemesanan langsung dan pemesanan tidak langsung, proses pemesanan langsung proses bisnisnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pelanggan mendatangi toko dan memilih produk atau jasa yang digunakan pelanggan.
- 2) Admin operasional mencatat data pelanggan dan produk atau jasa yang dipesan pelanggan. Admin operasional menanyakan apakah akan menggunakan jasa pemasangan atau perbaikan di bengkel atau tidak? Jika tidak, admin operasional mengeluarkan detail pembayaran. Pelanggan melakukan pembayaran dan menerima bukti pembayaran.
- 3) Jika iya, admin operasional mengeluarkan *job order* untuk mekanik. Mekanik yang telah menerima *job order* melakukan pemasangan atau perbaikan sesuai *job order*, setelah selesai, mekanik menyimpan dan memberikan dokumen *job order* yang telah dikerjakan ke admin operasional. Admin operasional membuat detail pembayaran untuk pelanggan. Pelanggan melakukan pembayaran serta menerima bukti pembayaran. Kemudian admin operasional menyimpan detail pembayaran yang telah dibayarkan.

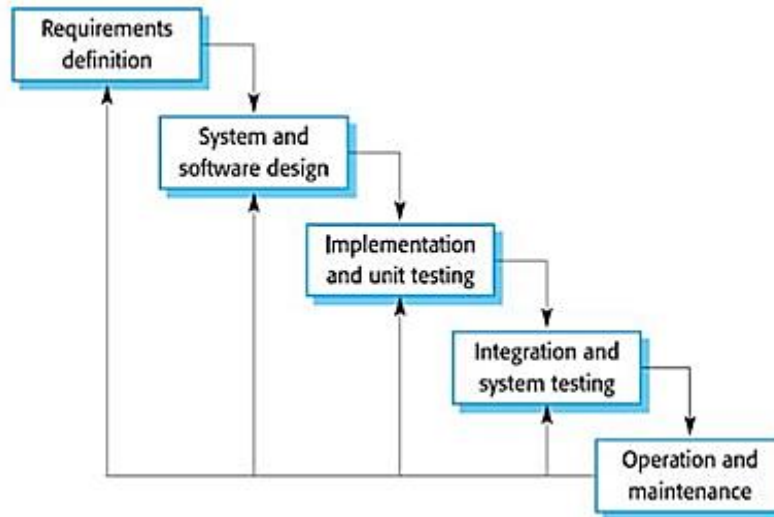
Gambar alur pemesanan secara langsung yang sedang berjalan digambarkan dalam *flowmap* diagram pada Gambar 2.



Gambar 2 Prosedur pemesanan secara langsung

2.4 Analisis Pengguna, Kebutuhan Fungsional dan Non Fungsional Sistem

Analisis pengguna, analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional dalam pembuatan sistem dilakukan dengan menggunakan metode *Waterfall*, rangkaian kegiatannya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Model proses Waterfall[8]

2.5 Perancangan dan Implementasi Sistem

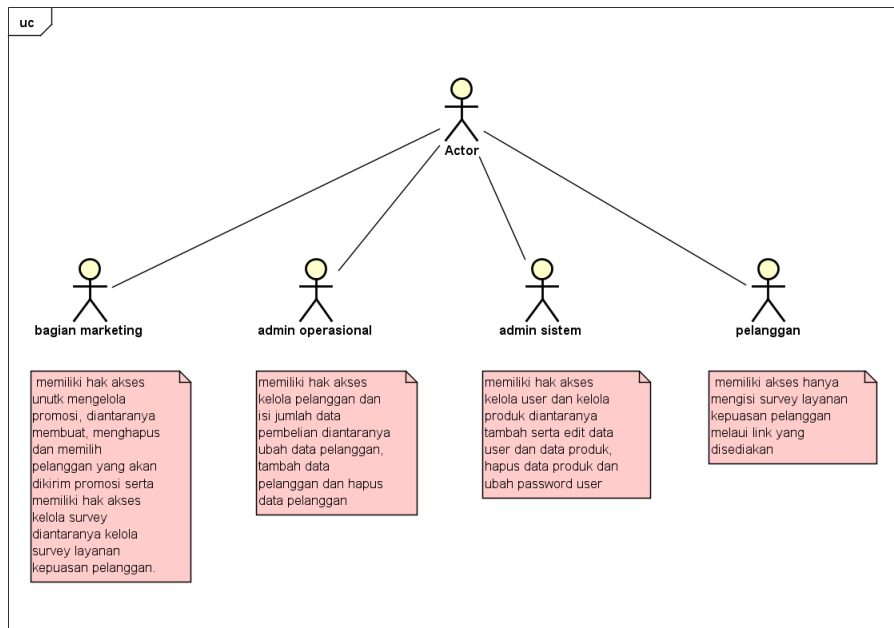
Tahapan terakhir dalam penelitian ini adalah melakukan perancangan dan implementasi sistem e-CRM yang dapat mengakomodir semua kebutuhan yang telah diidentifikasi sebelumnya, perancangan yang dilakukan adalah perancangan *database* dan perancangan antarmuka sistem.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada dari pengujian yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa sistem yang telah dibangun adalah Sistem Analytical Electronic Customer Relationship Management pada PT. Subur Raja Roda Sejahtera telah memuat berbagai fitur terkait konsep E-CRM yaitu *acquire*, *enhance* dan *retain* melalui fitur-fitur seperti, profil perusahaan, kelola promosi, kelola survey, kelola pelanggan, kelola transaksi dan kelola data pengguna. Pembangunan e-CRM berdasarkan pada masalah yang ada dan perancangannya dibuat berdasarkan pada analisis sistem yang berjalan di PT. Subur Raja Roda Sejahtera, hal ini memudahkan perusahaan dalam mengelola dan membina atau mempertahankan hubungan dengan pelanggan agar pelanggan mendapatkan kepuasan dalam menggunakan produk dan jasa perusahaan, serta meningkatkan nilai produk dan hasil penjualan perusahaan.

3.1 Perancangan Business Actor

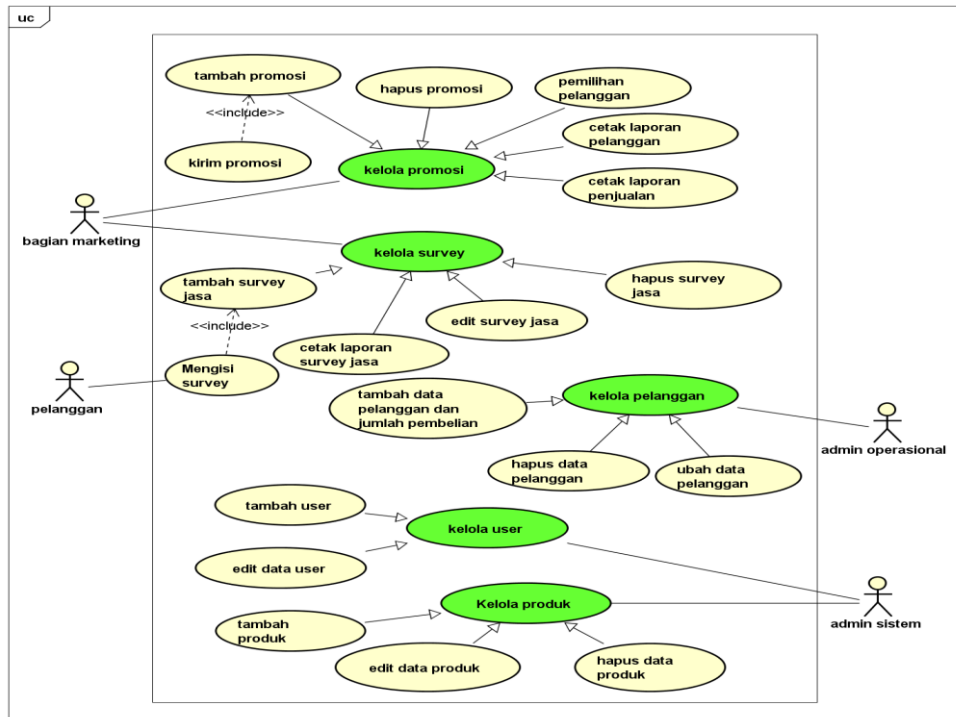
Berdasarkan pada analisis dan perancangan sistem yang akan dibangun terdapat empat aktor yang memiliki peran berbeda dalam mengakses sistem, keempat aktor tersebut yaitu Admin Operasional, Admin Sistem, Pelanggan, Bagian Marketing, ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Business actor sistem yang dibangun

3.2 Use Case Diagram

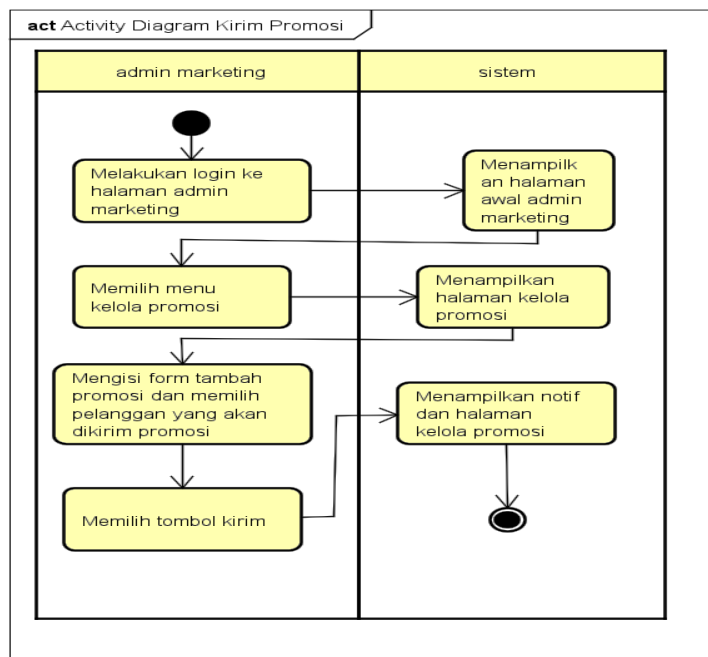
Use Case Diagram gambaran hubungan antara *use case*, aktor dan sistem, dibuat sesuai proses bisnis yang telah diidentifikasi pada analisis sistem yang sedang berjalan. *Use case* digambarkan dengan aktor dan *use case*. Pada Use Case Diagram terdapat empat aktor, setiap aktor terlibat dalam menggunakan sistem yaitu Bagian Marketing, Admin Operasional, Pelanggan dan Admin Sistem, dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Use Case Diagram sistem yang dibangun

3.3 Activity Diagram

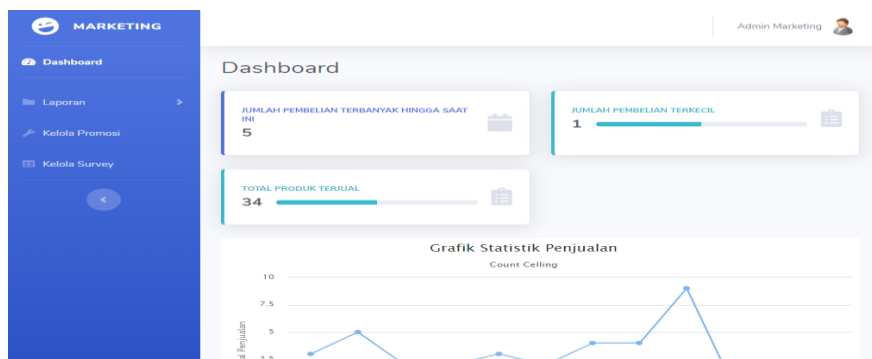
Activity Diagram merupakan diagram yang menggambarkan alir aktivitas antar aktor yang dan sistem. Terdapat beberapa aktivitas pada sistem e-CRM adalah Activity Diagram Tambah Promosi, Activity Diagram Hapus Promosi, Activity Diagram Kirim Promosi, Activity Diagram Cetak Laporan Pelanggan, Activity Diagram Cetak Laporan Penjualan, Activity Diagram Pemilihan Pelanggan, Activity Diagram Tambah Survey, Activity Diagram Edit Survey, Activity Diagram Mengisi Survey, Activity Diagram Tambah Pelanggan dan Jumlah Pembelian, Activity Diagram Ubah Data Pelanggan dan Jumlah Pembelian, Activity Diagram Tambah User, DAN Activity Diagram Ubah User. Salah satu Activity Diagram yang menggambarkan interaksi aktor dan sistem yang melakukan informasi kiriman promosi kepada pelanggan yang telah dipilih dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Activity Diagram Kirim Promosi

3.4 Implementasi Antarmuka Sistem

Antarmuka merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan perangkat lunak. Beberapa antarmuka yang dirancang telah diimplementasikan dalam sistem e-CRM ini. Salah satu implementasi antarmuka Dashboard Bagian Marketing, lihat Gambar 5.



Gambar 5 Implementasi Antarmuka Dashboard Marketing

4. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian yang dilakukan, dalam Sistem Analytical Electronic Customer Relationship Management pada PT. Subur Raja Roda Sejahtera, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 1) Sistem ini mempermudah mencatat data pelanggan, melakukan promosi dan survey layanan yang diberikan kepada pelanggan.
- 2) Sistem ini memudahkan penyebaran promosi kepada pelanggan melalui WhatsApp.
- 3) Sistem ini mempermudah dalam memilih data pelanggan potensial untuk penyebaran informasi penjualan sedangkan pencatatan sebelumnya dilakukan secara manual, serta mengurangi penggunaan kertas.

5. SARAN

Adapun saran untuk penelitian lanjutan dengan melakukan pengembangan terhadap Sistem Analytical Electronic Customer Relationship Management antara lain lain:

- 1) Adanya suatu perbaikan secara berkala guna menjaga kestabilan kinerja dan fitur sistem.
- 2) Sistem ditambahkan dengan fitur survey dan fitur ukuran kestabilan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Kholil, 2017, Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web untuk Meningkatkan Daya Saing Toko Online, *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, vol. 13, hal 43-48.
- [2] T. Yanuar, I. Darmawan, dan T. N. Adi, 2016, Perancangan Sistem Informasi Aplikasi Manajemen Hubungan Pelanggan untuk CV. Perceka, *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, Yogyakarta, 6 Agustus.
- [3] F. O. Nugraha, W. Witanti, dan A. Komarudin, 2017, Pembangunan Sistem Customer Relationship Management pada PT. Central Georgette Nusantara, *Prosiding SNATIF*, Kudus, 23 Maret.
- [4] H. Darmawan, O. Ari, dan A. Aditya, 2018, Analisis dan Perancangan Electronic Customer Relationship Management pada Cetta Mom and Baby Spa Pontianak, *Proceeding Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (SENSITEK)*, Pontianak, 12 Juli.
- [5] V. R. Hananto, A. D. Churniawan, dan A. P. Wardhanie, 2017, Perancangan Analytical CRM untuk Mendukung Segmentasi Pelanggan di Institusi Pendidikan, *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIA (Jitika)*, vol. 11, hal.79-88.
- [6] R. F. Oktaviansyah, W. Witanti, dan P. N. Sabrina, 2018, Pembangunan Sistem Electronic Customer Relationship Management di Pusat Kesehatan Hewan Kota Cimahi, *Prosiding SNATIF ke 5 Tahun 2018*, Kudus, 25 Oktober.
- [7] C. D. Rumiarti dan I. Budi, 2017, Segmentasi Pelanggan pada Customer Relationship Management di Perusahaan Ritel: Studi Kasus PT. Gramedia Asri Media, *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, vol. 13, hal 1-10.
- [8] G. W. Sasmito, 2017, Penerapan Metode Waterfall pada Desain Sistem Informasi Geografis Industri Kabupaten Tegal, *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT (JPIT)*, vol. 2, hal 6-12.