

Perancangan Elektronik Customers Relationship Management (Studi Kasus : 58 KARPET)

Ipan Darmanto, S.Sos., M.Kom

Dosen Tetap Jurusan Sistem Informasi STMIK Sumedang

Email : ipan3rut@yahoo.com

ABSTRAK

Kehidupan sekarang tidak terlepas dengan apa yang dinamakan kehidupan serba cepat. Hampir semua aspek bidang kehidupan dituntut untuk melakukan semua aktifitasnya secara cepat dan tepat. Keberadaan teknologi juga menjadi salah satu faktor kenapa kehidupan sekarang dituntut selalu bergerak serba cepat dan akurat.

Bidang bisnis merupakan salah satu bagian kehidupan yang merasakan manfaat dari kehadiran teknologi tersebut. Hal ini dikarenakan banyak aplikasi yang dibuat dari perkembangan teknologi tersebut. Salah satu produk yang dihasilkan adalah sebuah aplikasi yang membantu perusahaan dalam membina hubungan perusahaan dengan pelanggannya. Dimana aplikasi ini dipergunakan untuk mengatur dan membentuk loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, karena aplikasi ini adalah proses yang mendukung marketing, penjualan, dan operasi layanan melibatkan interaksi pelanggan langsung dan tidak langsung melalui internet.

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam melakukan perancangan sistem informasi ini yaitu metode Survei. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat perancangan electronic customer relationship management adalah untuk membantu Toko 58 Karpét dalam membentuk loyalitas pelanggannya. Kesimpulannya, dengan merancang eCRM ini dapat memberikan gambaran perancangan eCRM bagi pengelolaan hubungan antara pelanggan dengan Toko 58 Karpét.

Kata kunci : eCRM, Perancangan

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini sudah berkembang semakin pesat. Hampir semua aspek kehidupan terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi ini. Bidang bisnis merupakan salah satu aspek yang terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi. Saat ini banyak sekali aplikasi yang dihasilkan dari perkembangan teknologi informasi yang bertujuan untuk meningkatkan aktifitas bisnis. Salah satu bagian dari bisnis yang menjadi peranan penting dari keberhasilan aktifitas bisnis adalah bagaimana meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Karena pada masa sekarang ini orientasi usaha dari suatu perusahaan tidak hanya dilihat dari seberapa besar barang yang dijual atau seberapa besar jumlah keuntungan yang diperoleh. Perkembangan dalam dunia usaha menyadarkan para pengusaha untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan orientasi yang sangat penting bagi kelangsungan produk perusahaan. Dari kepuasan yang terbentuk maka akan timbul suatu loyalitas yang

tinggi terhadap produk. Untuk mengenal dengan baik faktor faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, maka perusahaan harus memiliki sebuah jaringan hubungan yang baik dengan pelanggan. Kebutuhan inilah yang menjadi cikal bakal dibentuknya sebuah sistem untuk memahami kebutuhan pelanggan, menjaga loyalitas pelanggan, dan memberikan nilai tambah bagi para pelanggan dalam melakukan bisnis atau transaksi dengan perusahaan.

Pada penjualan karpet yang dilakukan oleh toko 58 Karpet sering terjadi keluhan dari konsumen berkaitan dengan pelayanan yang diberikan. Mereka kadang mendapatkan pelayanan yang tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Keluhan yang sering kali mereka ungkapkan, 58 Karpet kadang suka tidak mempunyai perhatian yang lebih kepada konsumen yang sudah membeli produk mereka berulang kali. Pelayanan yang diberikan suka sama dengan konsumen yang baru pertama kali membeli produk.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka diperlukan sebuah sistem yang dapat membantu kelancaran aktifitas 58 Karpet dalam hal pelayanan kepada konsumen demi meningkatkan kepuasan konsumen. Dimana sistem yang diusulkan adalah sebuah aplikasi yang bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran guna menciptakan dan mempertahankan suatu hubungan yang baik dengan pelanggan dan mengurangkan kemungkinan pelanggan berpindah ke produk pesaing. Sistem yang coba penulis usulkan adalah Customer Relationship Management (CRM), yang mana CRM untuk toko karpet ini diharapkan dapat memenangi persaingan dalam menjaga hubungan dengan pelanggannya maupun menjaring pelanggan baru

b. Ruang Lingkup Masalah

Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini berdasarkan hasil identifikasi masalah yaitu bagaimana merancang Customer Relationship Management agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen toko karpet.

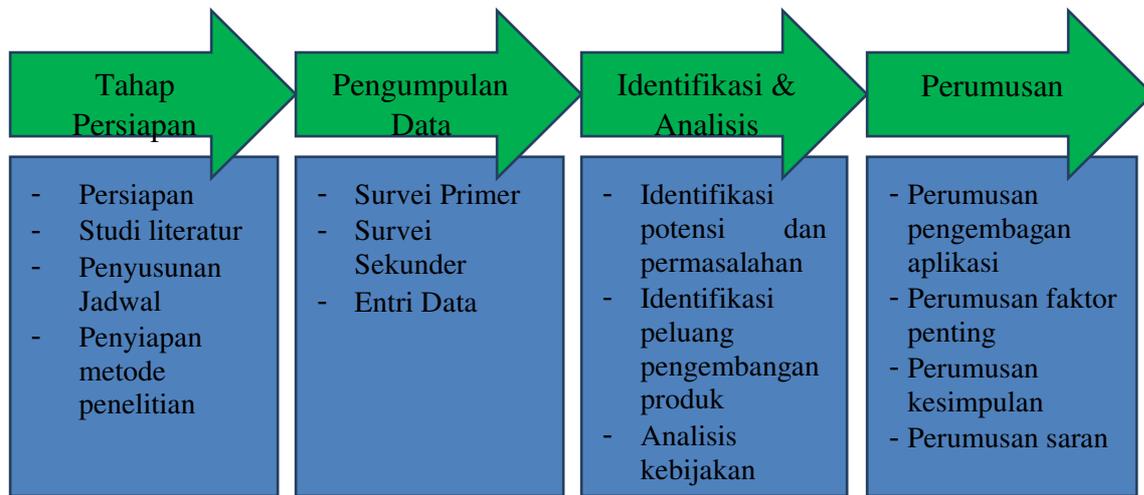
c. Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah tersedianya sebuah sistem yang dapat memenangi persaingan dalam menjaga hubungan antara toko 58 Karpet dengan pelanggannya.

d. Metode Penelitian

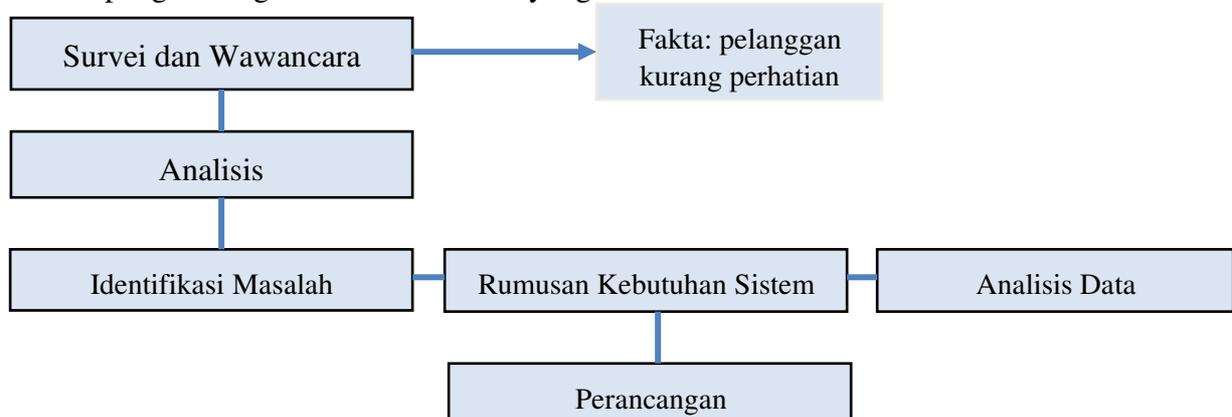
Agar hasil penelitian yang diperoleh lebih mendalam maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode adalah :

1. Metode Analisa
Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menganalisa dan mengidentifikasi masalah dan kebutuhan akan CRM pada 58 karpet.
2. Metode Studi Kepustakaan
Metode pengumpulan informasi digunakan melalui studi artikel media internet yang dapat dijadikan sumber dan panduan dalam penyusunan penulisan ini.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Dibawah ini merupakan kerangka pemikiran penelitian sebagai gambaran dari metode pengembangan sistem informasi yang akan dibuat :



Gambar 2. Kerangka Penelitian

PEMBAHASAN

a. Pengertian Perancangan Sistem

Menurut Susanto Perancangan sistem adalah proses menyusun atau mengembangkan sistem informasi yang baru (2004:332).

Menurut Kristianto perancangan sistem adalah suatu fase dimana diperlukan suatu keahlian perancangan untuk elemen-elemen komputer yang akan menggunakan sistem yaitu pemilihan peralatan dan program komputer untuk sistem yang baru

Berdasarkan kedua pendapat diatas, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perancangan adalah suatu proses yang dipergunakan untuk menyusun suatu sistem yang baru berdasarkan fakta dan informasi dari sistem yang sudah berjalan

b. Pengertian CRM

CRM diartikan sebagai satu kesatuan penjualan, pemasaran dan strategi pelayanan yang mencegah terjadinya aktivitas pekerjaan yang tidak terkoordinasi antar bagian dengan baik dan itu tergantung pada aksi – aksi perusahaan yang terkoordinasi (Kalakota, 2001).

CRM berkonsentrasi pada apa yang dinilai oleh pelanggan, bukan pada apa yang perusahaan ingin jual. Pelanggan tidak menginginkan diperlakukan secara sama. Akan tetapi mereka ingin diperlakukan secara individual (Strene, 2000).

Martin, Brown, DeHayes, Hoffer & Perkins (2005, p.194) menambahkan sistem CRM berusaha menyediakan sebuah pendekatan terintegrasi terhadap semua aspek dalam perusahaan dalam kaitannya dengan pelanggannya, yang meliputi *marketing, sales and support*. Tujuan dari sistem ini adalah dengan penggunaan teknologi diharapkan terjadi jalinan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan pelanggannya. Dengan kata lain, perusahaan berusaha mengelola kinerja perusahaannya dengan lebih baik.

Dengan beberapa pendapat ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa CRM merupakan strategi perusahaan dalam meningkatkan kredibilitas di mata konsumennya dengan cara menjalin hubungan dengan konsumen, mempelajari perilaku konsumen, dan kebutuhan konsumen.



Gambar 3. CRM

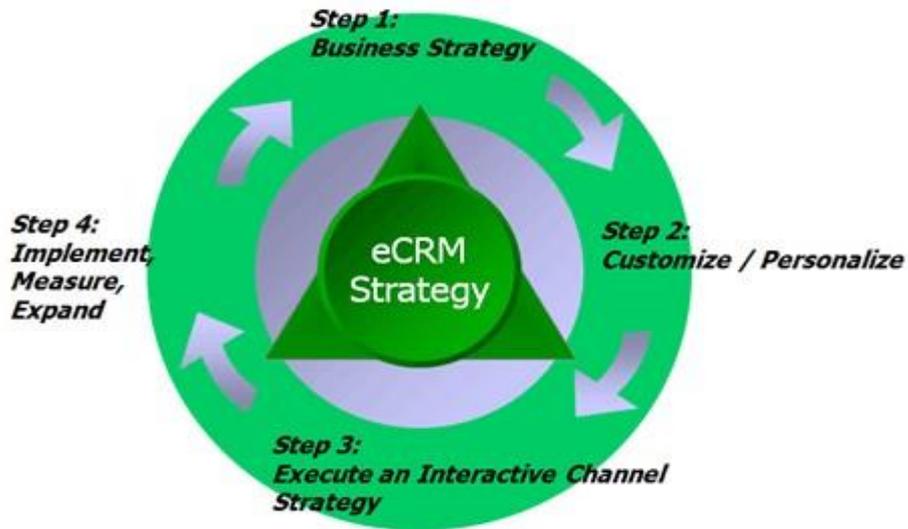
c. Pengertian eCRM

E-CRM menurut John W.Satzinger, Robert B.Jackson, dan Stephen D.Burd (2005, p20) adalah proses yang mendukung marketing, penjualan, dan operasi layanan melibatkan interaksi pelanggan langsung dan tidak langsung melalui internet.

E-CRM menurut Jeffery L. Whitten, Lonnie D. Bentley, dan Kevin C. Dittman (p30) adalah aplikasi software yang menyediakan pelanggan akses ke proses bisnis dari permin-taan awal melalui layanan dan dukungan penjualan pasca penjualan

E-CRM ialah CRM yang diterapkan secara electronic dengan menggunakan web browser, internet dan media elektronik lain (seperti email, call center, dan personalisasi, E-CRM kadang-kadang juga disebut E-service. (Turban, 2004, p148)

Berdasarkan definisi dari para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa eCRM adalah sebuah strategi hubungan perusahaan dengan konsumennya dengan memanfaatkan media elektronik khususnya internet.



Gambar 4. eCRM

d. Analisis

Pada bagian analisis ini ada beberapa kajian yang dilakukan yaitu melihat permasalahan yang terjadi, menentukan kebutuhan pengguna tentang informasi yang dibutuhkan, dan melakukan analisis data.

e. Kebutuhan Pengguna

Kebutuhan pengguna yaitu informasi yang diinginkan oleh para pengguna sistem di Sawitri Futsal, informasinya dikategorikan menjadi beberapa pengguna yaitu Pemilik, Petugas, dan Pelanggan.

Tabel 1. Kebutuhan Pengguna

No	Pengguna	Kebutuhan Informasi
1	Pemilik	Jumlah pelanggan Jumlah Pegawai Alamat Pegawai Komunikasi Pegawai Sejarah Komunikasi Jenis Komunikasi
2	Pegawai	Identitas Pegawai Jabatan/posisi pegawai

		Data Pelanggan Alamat Pelanggan Komunikasi pelanggan
3	Pelanggan	Data Produk Data Perusahaan

f. Analisis Data

Pada bagian analisis data dilakukan dengan mempelajari data yang ada di toko 58 Karpet, diantaranya data pelanggan, data pegawai, data perusahaan, data penjualan, data transaksi, dan data komunikasi perusahaan 58 Karpet dengan konsumennya.

g. Perancangan Form

Form merupakan *interface* pada sistem informasi sebagai interaksi antara pengguna dengan sistem informasi yang akan dibuat. Beberapa perancangan form yang akan dibuat yaitu : form kelola *Customers Detail*, form kelola sejarah dengan *customers* dan form kelola *employee*. Perancangan seperti berikut ini :

Form Customers Detail

The screenshot shows a web application interface for 'Toko 58 Karpet'. The main content area is a form titled 'General' with the following fields:

- General:** Nama, Perusahaan, Pekerjaan, E-mail, Web Page.
- Telepon:** Handphone, Faximile.
- Alamat:** Jalan, Kota, Provinsi, Kode Pos, Negara.
- Other:** A profile picture placeholder and a 'Catatar' (Notes) text area.

The interface also features a search bar, navigation buttons (Simpan Baru, E-mail, Simpan, Tutup), and a status bar at the bottom indicating 'Record: 14 of 1'.

Gambar 5. Form Customers Detail

Form Isian Customers Detail

Customer Details

ipan

Cari

Simpan_baru E-mail Simpan Tutup

General

Nama: ipan
Perusahaan: 3rut
Pekerjaan: CEO

Nomor Telepon

Telepon: 0
Telepon Rumah: 232612
Handphone: 08122375823
Faximile: -

Alamat Konsumen

Alamat: JI Guntur No. 58
Kota: Garut
Provinsi: Jawa Barat
Kode Pos: 44117
Negara: Indonesia

E-mail: ipan3rut@yahoo.com
Web: onlinestore.blogspot.com

Catatan

Record: 1 of 1 No Filter Search

Gambar 6. Isian Customers Detail

Form Data Pegawai

Employee Details

Toko 58 Karpét

Cari

Simpan dan baru E-mail Simpan Tutup

Umum

Nama Depan
Nama Belakang
Perusahaan
Jabatan

Telepon

Telepon Kantor
Telepon Rumah
Handphone
Faximile

Alamat

Alamat
Kota
Provinsi
Kode Pos
Negara

E-mail
Web Page

Catatan

Record: 1 of 1 No Filter Search

Gambar 7. Data Pegawai

Form Isian Data Pegawai

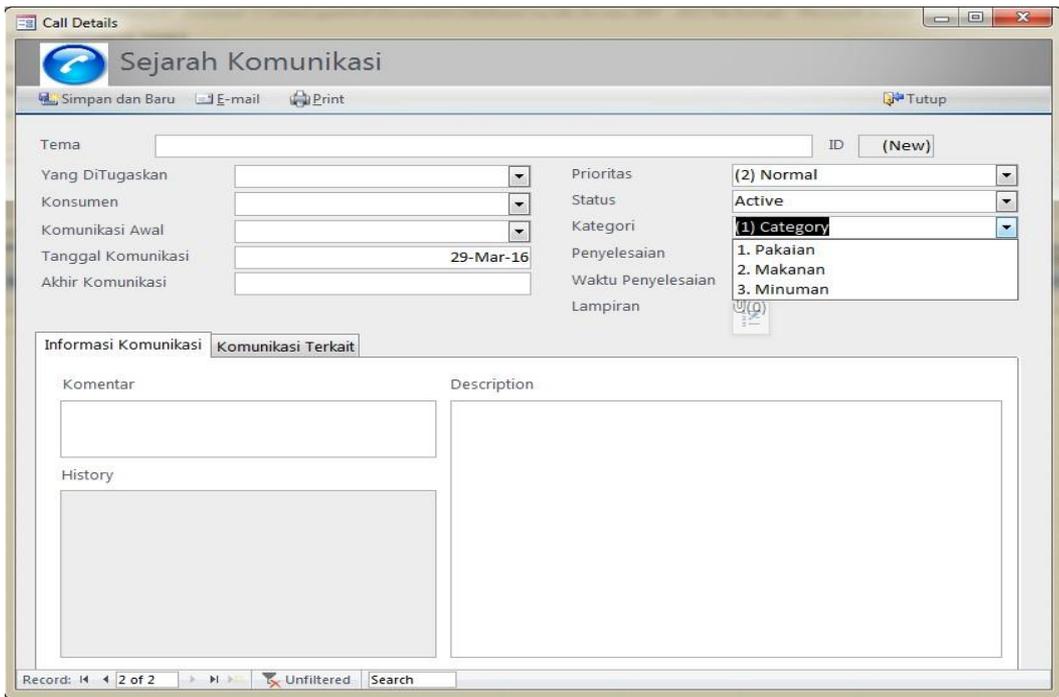
The screenshot shows a web application window titled "Employee Details" for a user named "Ieni Nurhayati". The interface includes a search bar, navigation buttons for "Simpan dan baru", "E-mail", "Simpan", and "Tutup". The form is divided into several sections: "Umum" (General), "Telepon" (Phone), "Alamat" (Address), and "Catatan" (Notes). The "Umum" section contains fields for "Nama Depan" (Ieni), "Nama Belakang" (Nurhayati), "Perusahaan" (Rumah Makan), and "Jabatan" (Koki). The "Telepon" section includes fields for "Telepon Kantor" (8080808080), "Telepon Rumah" (02619999999), "Handphone" (08199999999), and "Faximile" (02618888888). The "Alamat" section includes fields for "Alamat" (Jl Karapiak no 01), "Kota" (Sumedang), "Provinsi" (Jawa Barat), "Kode Pos" (45323), and "Negara" (Indonesia). The "Catatan" section is a large empty text area. The bottom status bar shows "Record: 1 of 1" and "No Filter".

Gambar 8. Isian Data Pegawai

Form Sejarah Komunikasi

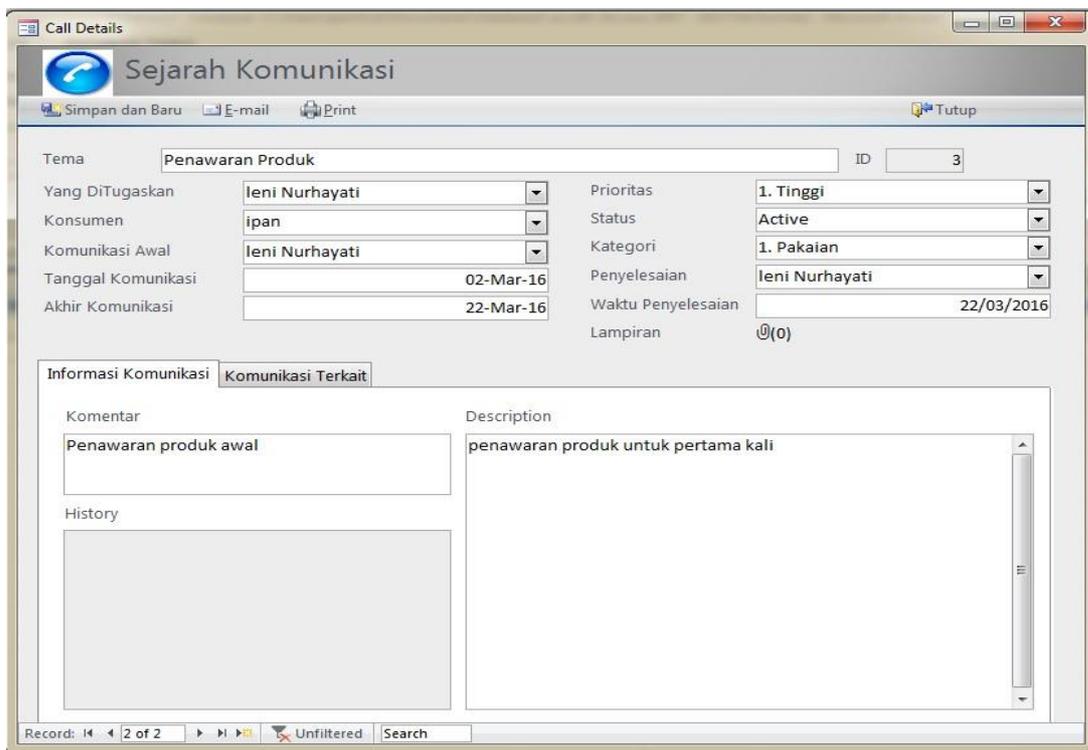
The screenshot shows a web application window titled "Call Details" with the subtitle "Sejarah Komunikasi". The interface includes navigation buttons for "Simpan dan Baru", "E-mail", "Print", and "Tutup". The form is divided into several sections: "Informasi Komunikasi" (Communication Information) and "Komunikasi Terkait" (Related Communication). The "Informasi Komunikasi" section includes fields for "Tema", "ID" (with a "(New)" button), "Yang DiTugaskan", "Konsumen", "Komunikasi Awal", "Tanggal Komunikasi" (29-Mar-16), "Akhir Komunikasi", "Prioritas" (2) Normal, "Status" (1. Tinggi, 2. Sedang, 3. Rendah), "Kategori", "Penyelesaian", "Waktu Penyelesaian", and "Lampiran" (0). The "Komunikasi Terkait" section includes a "Komentar" field and a "History" field. The bottom status bar shows "Record: 2 of 2" and "Unfiltered".

Gambar 9. Form Sejarah Komunikasi



Gambar 10. Sejarah Komunikasi

Form Isian Sejarah Komunikasi



Gambar 11. Isian Sejarah Komunikasi

PENUTUP

a. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian tentang perancangan electronic customers relationship management telah dirancang beberapa tampilan tentang electronic customers relationship

management, yaitu form data pegawai, form data konsumen, form isian data pegawai, form isian data pegawai, form sejarah komunikasi, dan form isian sejarah komunikasi

b. Saran

Sebagai saran untuk perkembangan selanjutnya baik itu kepada pengembang maupun pengelola, yaitu agar perancangan ini sebagai bentuk penelitian dapat diterima dan digunakan sebagai acuan untuk pembangunan electronic customers relationship management sesuai dengan kebutuhan dari Toko 58 Karpet. Dengan pengembangan lebih lanjut, diharapkan komunikasi antara pelanggan dengan Toko 58 Karpet lebih meningkat. Dan dengan meningkatnya komunikasi diharapkan meningkat pula loyalitas konsumen kepada Toko 58 Karpet.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Jeffrey L. Whitten, Lonnie D. Bentley, Kevin C. Dittman, Systems analysis and design methods
- [2] Leitch, A. Robert dan Roscoe Davis, (2004), *Information System Concept*, New York: McGraw-Hill.
- [3] Dr. Azhar Susanto, MBus, Ak, Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Pengembangannya