

PEMBANGUNAN SISTEM E-ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) DI PT CATUDAYA DATA PRAKASA

Ricky Fauzan Firmansyah^{1*}, Wina Witanti², Asep Id Hadiana³

¹²³ Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Informatika, Universitas Jendral Achmad Yani

Jl. Terusan Jendral Sudirman, Cimahi, Jawa Barat 40285

*Email: Fauzanricky09@gmail.com

Abstrak

PT. Catudaya Data Prakasa yaitu perusahaan industri nasional dan kontraktor yang bergerak dalam bidang peralatan power elektronik, kontrol automation, power managemen, elektrik, dan mekanikal . PT. Catudaya Data Prakasa masih kesulitan untuk menemukan client baru, data client, data keluhan, data pegawai tidak terkelola dengan baik, dari segi monitoring dan segi kualisan pelayanan yang diberikan sehingga tidak memberikan kepuasan pelayanan bagi client. Maka dari itu dengan sister ecrm dapat melakukan pengelolaan client, membuat quisioner, pengelolaan keluhan dan kepuasan sehingga dapat mengevaluasi kinerja untuk parner. partner kerja sangat diperlukan bagi perusahaan agar dapat memberikan profit bagi perusahaan agar kelangsungan dari perusahaan dapat terjaga, terjalannya suatu hubungan dengan client dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat memberikan efek positif untuk dapat memuaskan client, pelayanan yang tidak baik untuk client dan promosi yang tidak bagus dapat memberikan efek negatif bagi perusahaan maka dari itu crm dapat membantu dalam stategi untuk mendapatkan client, memberikan pelayanan yang sangat baik bagi client agar client dapat puas dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat memberikan hubungan yang baik. dengan sistem e-crm dapat membantu pengelolaan informasi data client, pegawai, data keluhan pengiriman melalui sistem yang otomatis.

Kata kunci: Client; CRM; Kepuasan; Pelayanan.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Catudaya Data Prakasa yaitu perusahaan yang bergerak di bidang industri perdagangan barang dan jasa yang diberikan berupa pelayanan dibidang listrik, telekomunikasi dan teknik kontrol. Melayani perusahaan swasta yang berskala kecil sampai menengah keatas maupun perusahaan negeri. Beberapa perusahaan besar dan kecil sudah pernah bekerja sama dengan PT Catudaya data Prakasa hal itu sangat menguntungkan bagi perusahaan, tetapi pelayanan produk dan jasa yang diberikan masih sangat lemah akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan sehingga client tidak merasa puas dan tidak mau bekerja sama kembali dengan perusahaan. Saat ini pengelolaan proses yang dilakukan untuk mengelola *client* masih kurang efektif sehingga masih terjadi kesalahan dalam proses pengelolaan *client* yang mengakibatkan kurangnya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada *client*, pelayanan yang diberikan berupa produk dan jasa yang baik sehingga memberikan kepuasan bagi *client*.

Penggunaan komputer menjadi salah satu pilihan utama di setiap instansi baik yang berskala kecil, menengah maupun yang berskala besar. Berbagai survey telah menunjukkan bahwa kunci keberhasilan suatu perusahaan bukan semata – mata terletak pada produk dan jasa yang ditawarkan namun juga terletak pada seberapa jauh upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan *client* [4]. Pelayanan yang sangat baik akan berdampak bagi kepuasan *client* sehingga dengan sendirinya akan meningkatkan kesetiaan pada perusahaan, kesetiaan *client* akan menjadi kunci sukses perusahaan tidak hanya jangka pendek tetapi dapat menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Perusahaan yang akan maju dalam bisnisnya adalah perusahaan yang senantiasa mendengar dan menindaklanjuti masukan dan keluhan client. Saat ini merupakan era kedaulatan client dimana client tidak hanya menjadi fokus sebuah perusahaan untuk beroperasi dan memproduksi, tetapi dapat menjadi sebagai aset perusahaan. Persaingan bisnis dibidang industri yang bergitu ketat mengharuskan setiap perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada client sehingga kepuasan client dapat tercapai dengan baik dan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, masalah yang terjadi pada PT. Catudaya Data Prakasa yaitu sulitnya mendapat kan client baru karena telalu banyak pesaing yang sama yang lebih memberikan pelayanan lebih baik untuk client, data keluhan dan saran tidak tekelola dengan baik sehingga respon terhadap client tidak cepat, monitoring tidak jelas mengakibatkan pengontrollan kerusakan barang tidak dilakukan dengan cepat sehingga kerusakan yang terjadi dan pelayanan terhadap client tidak cepat sehingga client lama menjadi tidak loyal terhadap perusahaan, dan laporan laporan sering terjadi kelasahan antar departemen yang akan berikan kepada pimpinan.

1.3. Batasan Masalah

Batasan pada sistem electronic customer relationship management yaitu penelitian ini tidak melakukan transaksi penjualan, pemesanan barang dan produksi barang sistem hanya mengelola data client, data pegawai, data keluhan, dan pengelolaan keluhan dan saran yang akan dijadikan acuan sebagai peningkatan kepuasan dan pelayanan terhadap client.

1.4. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah membuat sistem *electornic customer relationship management* berbasis web yang dapat mengelola proses yang dapat menerima informasi yang berupa keluhan dan saran dari *client*, monitoring barang yang rusak dan, pembuatan laporan sebagai bukti untuk pimpinan perusahaan, kuisisioner untuk evaluasi kinerja kerja perusahaan, keluhan dan saran yang berguna kepuasan untuk meningkatkan pelayanan untuk memenuhi permintaan yang client minta.

2. METODOLOGI

Metode penelitian digunakan untuk mengetahui tahapan yang akan dilakukan. Percangan pada sistem yang akan dibangun menggunakan metode pengembangan perangkat lunak yaitu *waterfall* dimana metode tersebut memiliki beberapa tahapan penyelesaian, yaitu:

2.1. Pengumpulan Data

Pada proses ini digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diolah dalam proses pembangunan perangkat lunak sistem informasi *electronic customer relationship management*. Data yang digunakan untuk pembangunan sistem yaitu data client, data produk.

2.2. Analisis Kebutuhan Sistem

Pada tahap ini dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisa proses bisnis yang sedang berjalan dengan cara melakukan wawancara dan observasi langsung dengan pihak yang terkait dengan topik penelitian yang akan dilakukan seperti pihak marketing, produksi dan penanggung jawab proyek. Hasil dari Analisa tersebut dapat diketahui permasalahan yang ada dan dapat diketahui kebutuhan apa saja yang harus dipenuhi dalam proses pembangunan sistem informasi untuk menangani permasalahan yang ada.

2.3. Perancangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem yang akan memenuhi kebutuhan sistem ke dalam sebuah perancangan perangkat lunak. Tahapan ini digunakan untuk menghasilkan dokumen yang disebut *software requirement*. Dokumen ini menterjemakan aktivitas

pembuatan sistem dengan menggambarkan sistem *electronic customer relationship management*, perancangan basis data dan perancangan desain antarmuka pengguna.

2.4. Pengkodean

Pada tahap ini pengkodean merupakan tahap untuk menterjemahkan perancangan ke dalam bahasa yang dapat komputer kenali atau disebut dalam bahasa pemrograman. Dalam tahap ini akan dilakukan pengerjaan sistem untuk memenuhi kebutuhan sistem dan menangani permasalahan dengan sistem informasi yang akan dibangun.

2.5. Pengujian dan Implementasi

Pada tahap ini dilakukan terhadap sistem informasi *customer relationship management* yang telah dibangun. Tujuan dari testing yaitu untuk mengetahui kesalahan yang terjadi pada sistem tersebut sehingga dapat diperbaiki kembali. Modul dan fungsi yang didalamnya akan diuji satu persatu apakah sudah sesuai atau masih terdapat kesalahan pada sistem tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Customer Relationship Management

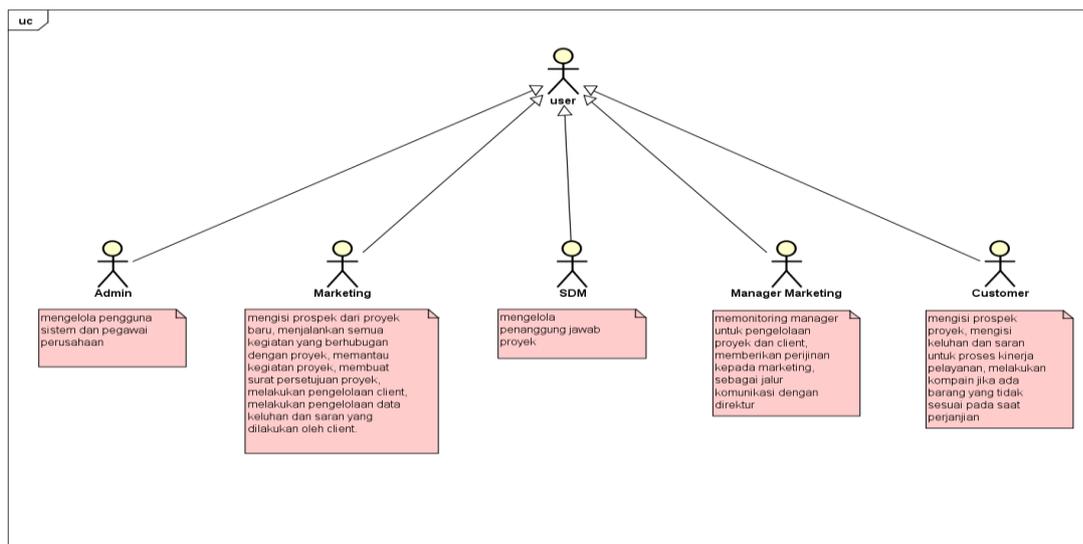
Strategi kepuasan *client* harus didasari dengan suatu pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan *client*. Harapan *client* terkadang bisa untuk dikontrol tetapi terlalu sering perusahaan tidak dapat mengontrol harapan dan hal tersebut dapat membuat *client* menjadi lebih mudah untuk berpindah kepada pesaing apabila tidak mendapat hasil yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

3.2. Electronic Customer Relationship Management

E-CRM yaitu suatu aplikasi untuk pengelolaan *client* yang meliputi pengelolaan dan *client*, *selling process*, *complain handling*, *customer service* dan laporan. Aplikasi ini dapat digunakan untuk mengelola data *client* pada kantor pusat dan kantor cabang yang lokasinya terpisah, akan tetapi dengan menggunakan teknologi berbasis internet dimana seluruh data dan aplikasi ditempatkan di suatu titik yaitu *internet data center*, maka integritas data keseluruhan akan selalu terjamin. Strategi bisnis yang menggunakan teknologi informasi yang memberikan perusahaan suatu pandangan terhadap *client* secara luas, yang dapat berguna dan terintegrasi sehingga semua proses dan interaksi *client* membantu dalam mempertahankan dan memperluas hubungan yang menguntungkan secara Bersama

3.3. Identifikasi aktor

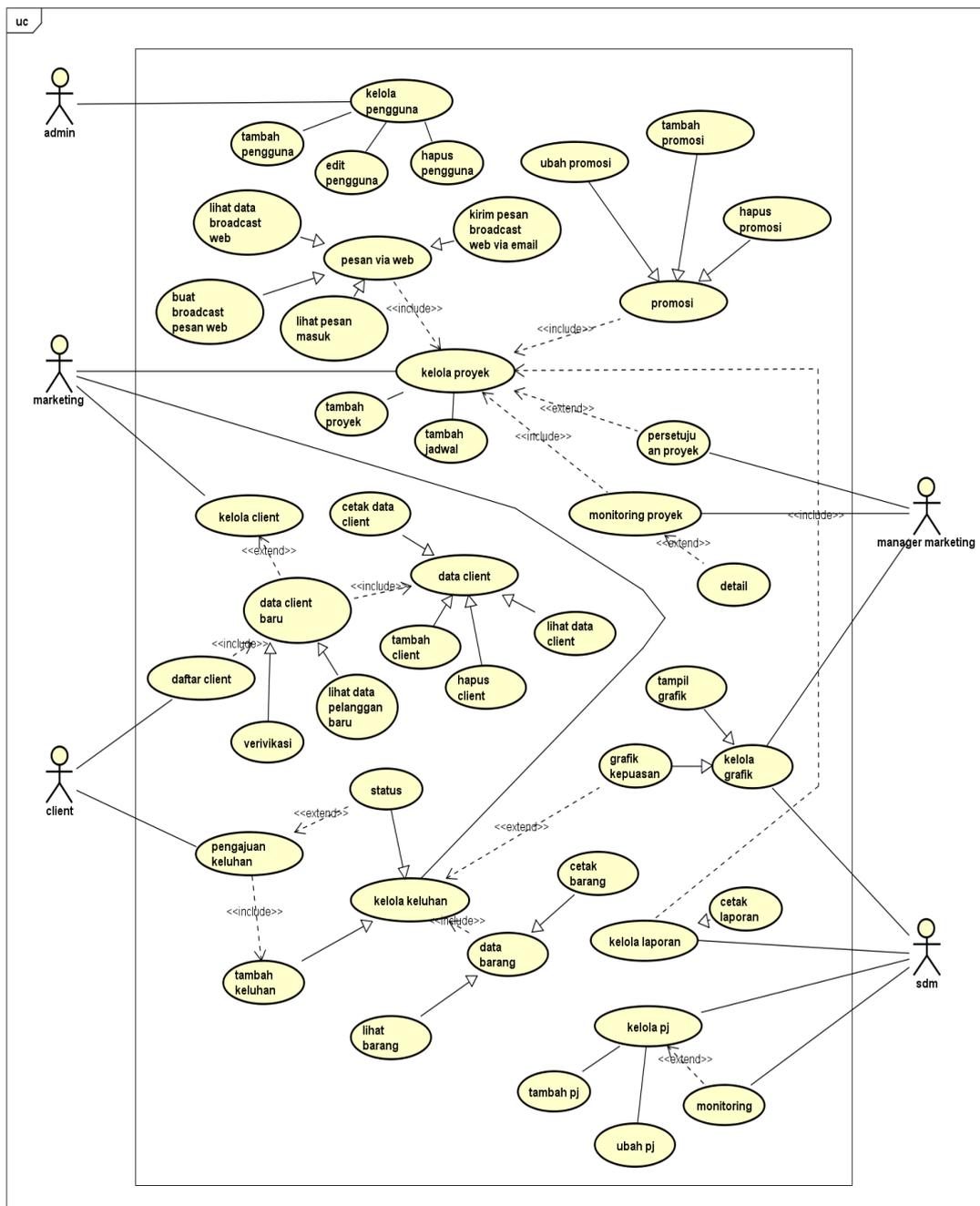
Identifikasi aktor digunakan untuk mendefinisikan aktor siapa saja yang terlibat dalam penelitian tersebut sehingga dapat digunakan untuk melakukan perancangan untuk pembuatan program yang akan dibuat sehingga menjadi mudah. Identifikasi Aktor dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Identifikasi Aktor

3.4. Use Case

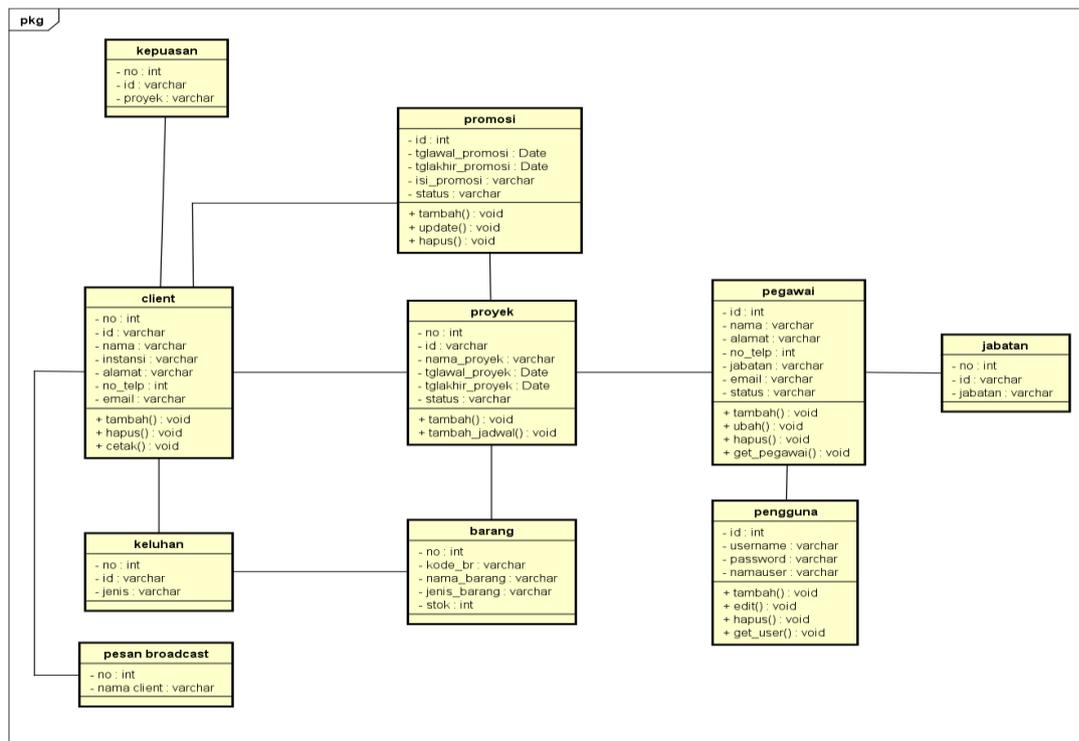
Use Case diagram menggambarkan suatu aktor yang sedang berinteraksi dengan sistem, dibuat sesuai kebutuhan dari proses bisnis yang ada pada perusahaan sehingga satu aktor dengan aktor yang lain dapat berinteraksi dengan benar sesuai dengan sistem menggambarkan suatu pemakai dari sistem yang akan dibangun. Use Case sendiri adalah penggambaran untuk mendefinisikan beberapa atau semua aktor yang terlibat didalam suatu sistem yang dan interaksi didalamnya memperkenalkan suatu sistem dan fungsi didalam sistem tersebut. Berikut adalah use case diagram yang ada di PT. Catudaya Data Prakasa dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Use Case Diagram

3.3. Class Diagram

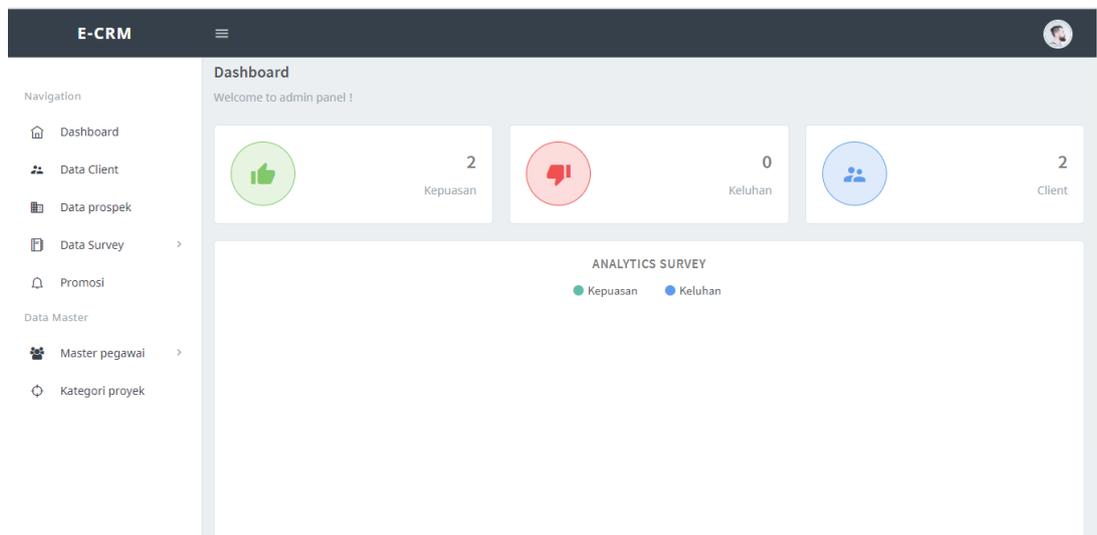
Class diagram pada gambar 3 di gunakan untuk menggambarkan interaksi antara fungsi satu dengan fungsi lainnya saling berhubungan satu sama lain sehingga membentuk kerangka dari sistem yang saling berhubungan satu sama lainnya.



Gambar 3. Class diagram

3.4. Antar muka

Implementasi antarmuka menggambarkan tampilan dari sistem yang dibangun antarmuka sistem *electronic customer relationship management* dapat dilihat pada gambar 4 – 5.



Gambar 4. Tampilan sistem

Tampilan awal sistem ini dapat dilihat ada beberapa kelola seperti kelola grafik yang dihasilkan dari data survey yang berupa keluhan dan kepuasan, serta data prospek, data *client* data promosi, data pegawai dan data proyek yang dapat dipilih *client* sesuai dengan kategori proyek yang akan di ambil oleh user.



Gambar 5. Tampilan awal sistem *client*

Tampilan awal sistem ini menunjukkan untuk Client yang akan mendaftarkan proyek kepada perusahaan yang dapat menampilkan *profile client, product, partner, register dan login client*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dalam pembangunan sistem *electronic customer relationship management* di PT. Catudaya Data Prakasa dapat membantu dalam melakukan promosi melalui web, pengelolaan data client, data pegawai, dan informasi data keluhan dan saran serta kuisisioner yang dibuat untuk mengetahui seberapa tinggal kepuasan *client* atas pelayanan yang diberikan sehingga dapat membantu mendapatkan *client* baru dan mempertahankan *client* lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, M., & Ibrahim, A. (2013). Rancang Bangun Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Komputer Unsri. *Jurnal Sistem Informasi*, *V*(2), 629-644.
- Amri, F., Astuti, E. S., & Riyadi. (2013). Analisis Implementasi Sistem Erp (Enterprise Resource Planning) (Studi Pada Pt. Jepe Press Media Utama Surabaya). *Administrasi Bisnis*, *Ii*(2), 102-109.
- Bhaskara, S. U., Mandey, S. L., & Nelman, O. (2014). Customer Relationship Management (Crm) Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Virgo Ekspres Tours & Travel Manado . *Emba*, *2*(1), 99-110.
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumanji, S. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *15*(1), 1-11.
- Chairuna, D., Lisanti, Y., & Kuncoro, E. A. (2012). Penerapan E-Customer Relationship Management Pada Taman Kanak Kanak Hanifa. *Comtech*, *3*(1), 291-306.
- Ertiningsih, A. W., & Hariyanti, T. (2013). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Ibu Hamil Pada Pelayanan Persalinan (Studi Di Rs Hermina Tangkubanprahu Malang). *Jurnal Aplikasi Management*, *Ii*(2), 280-287.

- Hadiana, A. I., & Witanti, W. (2017). Analisis Jejaring Sosial Menggunakan Sosial Network Sosial Network Analysis Untuk Membantu Sosialisasi Crm Dagi Umkm Di Cimahi. *Infomatika, Ii(1)*, Vi.29 - Vi.36.
- Hanafi, F. A., & Karnila, S. (2017). E-Customer Relationship Management (E-Crm) Untuk Pemesanan Dan Penjualan Makanan Ringan. *Prosiding*, 359-398.
- Iriandini, A. P., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(1), 2-8.