

PEMBANGUNAN SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PT.CENTRAL GEORGETTE NUSANTARA

Faisal Okta Nugraha^{1*}, Wina Witanti², Agus Komarudin³

¹Program Studi Informatika, Fakultas MIPA, Universitas Jenderal Achmad Yani
Jalan Terusan Jenderal Sudirman, Cimahi, Jawa Barat 40285

*Email : faisalnugraha84@gmail.com

Abstrak

PT. Central Georgette Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi kain goegette yang terbuat dari benang polyester. Perusahaan ini memulai usahanya di Jakarta pada tahun 1982 dalam bidang ekspor impor barang - barang tekstil. Dengan banyaknya distributor dan konveksi yang bekerja sama, perusahaan semakin sulit dalam berinteraksi dengan pihak distributor dan konveksi, karena tidak dapat mengatur waktu ketika ada lebih dari satu customer yang ingin berinteraksi dengan perusahaan. PT. Central Georgette Nusantara pada saat ini belum memiliki strategi yang maksimal dalam menangani aktivitas pemasaran. Sistem yang membantu perusahaan khususnya pada bagian marketing dalam meningkatkan pelayanan kepada customer dengan cara memberikan informasi yang berguna untuk customer sehingga perusahaan dapat memperhatikan permintaan dari customer. Pembangunan sistem Customer Relationship Management pada PT. Central Georgette Nusantara ini akan menggunakan metode waterfall. Dengan sistem Customer Relationship Management perusahaan dapat mempertahankan customer yang ada. Dengan mempertahankan customer dan pemberian informasi yang akurat dapat meningkatkan penjualan produk pada perusahaan dan mempermudah perusahaan mendapatkan customer baru.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, Customer, PT.Central Georgette Nusantara, Perusahaan*

1. PENDAHULUAN.

1.1 Latar Belakang

PT. Central Georgette Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi kain goegette yang terbuat dari benang polyester. Perusahaan ini memulai usahanya di Jakarta pada tahun 1982, dalam bidang ekspor impor barang-barang tekstil, seiring dengan perkembangan perekonomian nasional dan internasional serta adanya permodalan yang baik, maka pemilik perusahaan memutuskan untuk mendirikan pabrik tekstil yang bernama PT. Central Georgette Nusantara.

Saat ini PT. Central Georgette Nusantara belum memiliki strategi yang maksimal dalam aktivitas yang menangani pemasaran, pemasaran produk dilakukan secara konvensional dengan cara *customer* memberikan informasi tempat, informasi produk ke *customer* lain. Hal ini menyebabkan peluang bekerja sama dengan *customer* tidak maksimal dan penyebaran informasi yang tidak efektif membuat *customer* tidak mengetahui informasi-informasi terbaru sehingga mempengaruhi *customer* beralih ke perusahaan lain. Dengan banyaknya *customer* yang ingin bekerja sama dengan perusahaan mengakibatkan perusahaan semakin sulit dalam berinteraksi dengan *customer* secara personal sehingga perusahaan tidak dapat memperhatikan kepuasan *customer* terhadap perusahaan yang mengakibatkan perusahaan kesulitan untuk mendapatkan *customer* baru.

CRM adalah strategi bisnis dengan menerapkan teknologi informasi pada perusahaan secara komprehensif, handal, dan terintegrasi berdasarkan sudut pandang member, dengan begitu semua proses dan interaksi saling membantu mempertahankan dan mengembangkan hubungan yang bermanfaat.

Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yang lebih baik dengan cara implementasikan suatu produk teknologi informasi yang dapat membantu usaha ini menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan marketing dan *customer* support serta dapat menunjang pengambilan keputusan bagi perusahaan. Salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan menerapkan konsep Customer Relationship

Management yang mampu menggambarkan suatu strategi penempatan *customer* sebagai proses inti dari perusahaan.

Pada penelitian terdahulu yang bersangkutan dengan CRM yaitu pengaruh kualitas dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Matahari Dept. Store Manado Town Square mempunyai pengaruh yang positif yaitu sebesar 50,1% (Rinny E. Kalalo, 2013).

Penelitian selanjutnya yang bersangkutan dengan CRM yang dilakukan di toko Yen-Yen menghasilkan loyalitas pelanggan yang dihasilkan dari interaksi antara pelanggan dan pihak toko, menghasilkan laporan produk, penjualan, konsumen, dan laporan lain yang berhubungan dengan sistem (Ovi Dyantina, Mira Afrina, Ali Ibrahim, 2012).

Pada penelitian pada griya muslim flora menggunakan masukan data pelanggan, promosi produk, data permintaan produk dan pengelolaan forum yang menghasilkan kepuasan pelanggan menimbulkan loyalitas antara perusahaan dengan pelanggan. (W Teti, A Imam, 2011).

Pada penelitian perancangan aplikasi Berbasis CRM di Bogor menggunakan data pelanggan, data produk, data tanya jawab, data keluhan, data pemesanan produk dari pengolahan data tersebut menghasilkan laporan data pelanggan, laporan penanganan keluhan pelanggan dan laporan pemesanan barang (As, 2013).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, masalah utama yang terjadi pada PT. Central Georgette Nusantara yaitu perusahaan sulit dalam mendapatkan *customer* baru karena sulitnya memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan secara personal kepada *customer* dan tidak adanya informasi yang diberikan *customer* kepada perusahaan yang dapat digunakan dalam pengolahan data *customer*, data keluhan dan kuesioner.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada sistem Customer Relationship Management pada PT. Central Georgette Nusantara yaitu pada penelitian ini tidak menangani proses pemesanan barang, produksi barang dan inventory barang. Proses yang dilakukan yaitu proses bisnis pengolahan data kuesioner dan data keluhan pelanggan dan promosi.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu membuat sistem yang membantu perusahaan khususnya pada bagian marketing dalam meningkatkan pelayanan kepada *customer* dengan cara menyajikan informasi yang berguna untuk *customer* sehingga perusahaan dapat memperhatikan permintaan dari *customer*

2. METODE

Penelitian ini dilakukan secara sistematis dengan menggunakan metode penelitian *waterfall*, mulai dari pengidentifikasian masalah, pengumpulan data, menganalisis data, sampai menciptakan hasil yang baik. Untuk membuat sistem *customer* relationship management yang baik, diperlukan data yang dibutuhkan melalui tahapan penelitian sebagai berikut.

2.1 Identifikasi Kebutuhan

Melakukan identifikasi proses bisnis yang sedang berjalan, mengidentifikasi langkah langkah dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan pelayanan perusahaan kepada pelanggan, mengidentifikasi sistem informasi yang saat ini digunakan oleh perusahaan. Dan menganalisa data apa saja yang tersedia di PT. Central Georgette Nusantara.

2.2 Analisa dan Perancangan

Menganalisa proses bisnis yang sedang berjalan, data apa saja yang berhubungan dengan permasalahannya untuk kemudian dirancang gambaran sistem yang akan dibuat. Berdasarkan identifikasi sebelumnya, pimpinan PT. Central Georgette Nusantara kesulitan dalam mendapatkan informasi yang diharapkan oleh pelanggan karena informasi yang ada saat ini belum dimanfaatkan oleh pihak perusahaan. Berikut data dari bagian marketing yang ada di PT. Central Georgette Nusantara.

- a. Data *Customer* seperti kontak telepon, alamat perusahaan.
- b. Data Kuesioner yang berisi penilaian pelanggan terhadap perusahaan.
- c. Data Keluhan dan Saran

Data yang berisi tentang keluhan atau komplain *customer* kepada perusahaan dan saran atau masukan untuk perusahaan dari pelanggan.

2.3 Pembuatan Perangkat Lunak

Pada tahap ini sistem mulai dibuat berdasarkan perancangan. Melakukan pengkodean dengan bahasa pemrograman PHP untuk merealisasikan desain yang dibuat menggunakan Object Oriented Programming (Use Case Diagram).

2.4 Pengujian Perangkat Lunak

Sistem sudah selesai dibuat. Pada tahap ini sistem yang dibuat akan diuji apakah sistemnya layak atau tidak untuk diimplementasikan. Contoh yang akan diuji seperti informasi yang dihasilkan apakah sudah akurat atau masih terdapat bug atau error sehingga meminimalisir kesalahan informasi yang di hasilkan.

2.5 Implementasi

Tahap ini adalah tahap dimana sistem sudah siap diterapkan atau sudah mulai siap digunakan oleh bagian marketing PT. Central Georgette Nusantara sehingga tidak ada lagi kesalahan ketika sistem sudah diimplementasikan karena sebelumnya program sudah diuji terlebih dahulu.

2.6 Laporan dan Evaluasi

Pada tahap ini dimana membuat dokumentasi dari mulai awal penelitian sampai perangkat lunak sudah dibuat. Kemudian mengevaluasi secara keseluruhan dari awal sistem dirancang hingga diimplementasikan secara nyata.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Customer Relationship Management

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan memperoleh dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing (*comparative advantage*), memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang prima bagi pelanggan.

CRM pada dasarnya merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang mampu menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak. Dalam hal ini perusahaan melalui CRM berusaha untuk menambah nilai pada kehidupan sehari dari konsumen dan sebagai imbalannya konsumen akan memberikan kesetiannya kepada perusahaan. Melalui CRM ini akan mendorong para konsumennya untuk tetap loyal terhadap perusahaan.

SMS Gateway merupakan pintu gerbang bagi penyebaran informasi dengan menggunakan SMS. Anda dapat menyebarkan pesan ke semua nomor secara otomatis dan cepat yang langsung terhubung dengan database nomor-nomor ponsel saja, tanpa harus mengetik ratusan nomor dan pesan dari ponsel karena semua nomor akan diambil secara otomatis dari database tersebut.

SMS Gateway pada dasarnya hampir sama dengan mengirimkan SMS melalui Handphone, tetapi modem GSM. Dan modem inilah yang dikendalikan oleh komputer menggunakan aplikasi SMS.

Gammu adalah sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk mengelola fungsi pada handphone, modem dan perangkat sejenis lainnya. Fungsi-fungsi yang dapat dikelola oleh Gammu antara lain adalah fungsi nomor kontak dan fungsi sms. Kelebihan Gammu dibanding tool SMS Gateway lainnya adalah

- Gammu bisa dijalankan di Windows maupun Linux
- Banyak Device yang kompatibel dengan Gammu
- Gammu menggunakan database MySQL
- Baik kabel data maupun USB maupun Serial, semuanya kompatibel dengan Gammu
- Gammu adalah aplikasi open source yang dapat dipakai secara gratis
- Gammu tidak memerlukan banyak hardware (hanya memerlukan PC dan Modem) sehingga memudahkan dalam mengembangkan aplikasi dengan modal terjangkau.

3.2. Tahapan Dalam CRM (Customer Relationship Management)

Implementasi konsep CRM yang baik adalah mengorganisasikan proses CRM di sekitar member dan tidak hanya pada fungsi internal perusahaan. Terdapat tiga tahapan dalam CRM, yaitu :

- a. Mendapatkan pelanggan baru dengan cara memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru, dan pelayanan menarik.
- b. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada. Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelanggan yang baik terhadap pelanggannya . Ada dua penerapan, yaitu :
 1. *Cross selling* sebuah strategi penjualan yang menawarkan barang pelengkap dari barang yang telah dimilikinya.
 2. *Up selling* adalah menawarkan barang yang sama tetapi dengan kualitas yang lebih baik. Pada kedua tahap tersebut dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan (*reduce cost*)
- c. Mempertahankan pelanggan, tahap ini merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan.

3.3. Komponen CRM

Kerangka komponen CRM diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut :

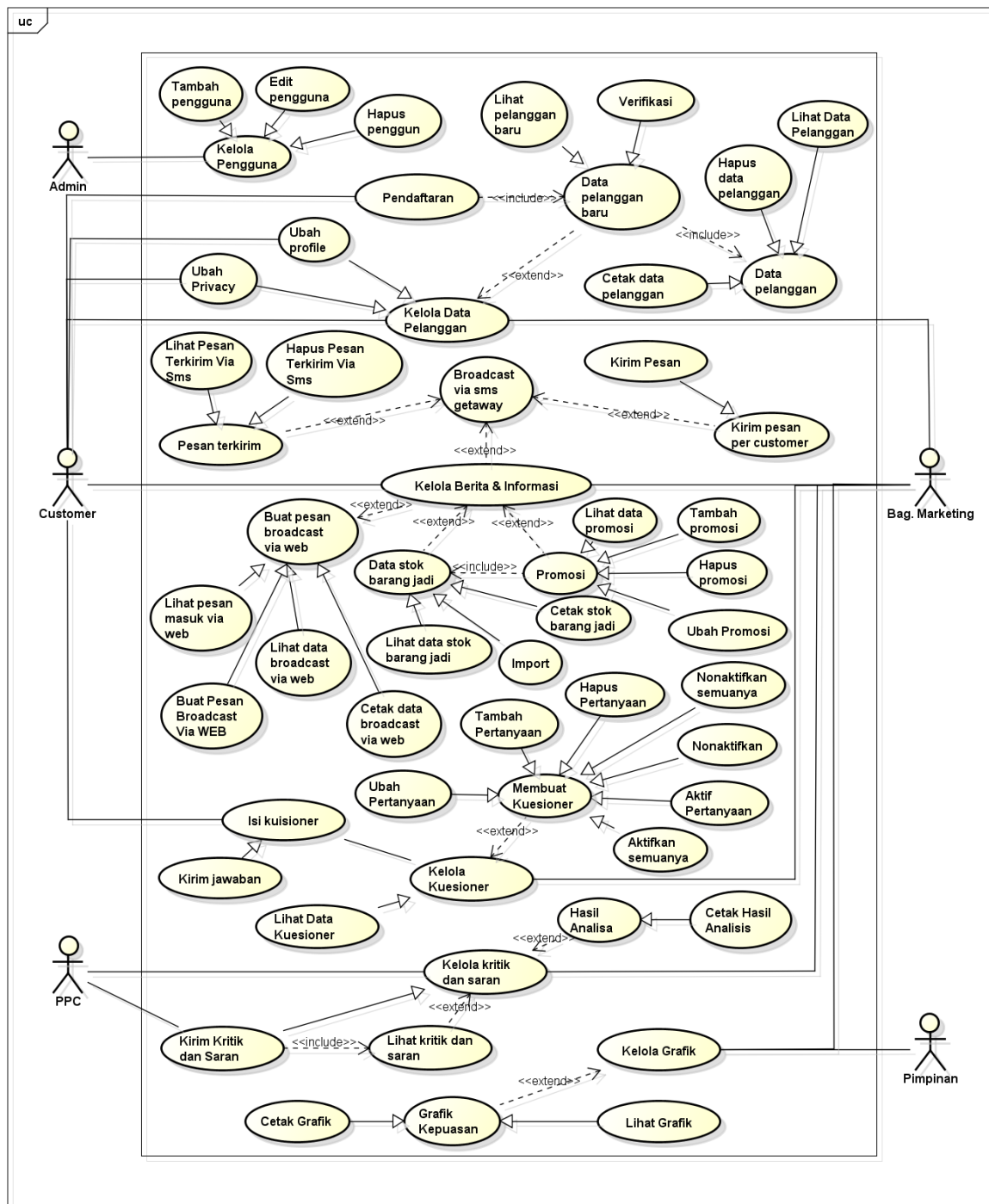
1. Operasional CRM CRM operasional mencakup proses otomatisasi pemasaran, dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk kategori operasional CRM adalah dalam bentuk aplikasi web.
2. Analytical CRM CRM analitik berperan dalam melakukan analisis pelanggan dan pasar, seperti analisis trend pasar dan analisis perilaku pelanggan.
3. Collaborative CRM Tujuan utamanya adalah menyemangati dan menyebarkan loyalitas pelanggan ke pelanggan lain yang masih belum berada di level kesetiaan pelanggan.

3.4. Perancangan Sistem

Pada perancangan sistem merupakan tahapan merancang sistem berdasarkan flowmap sistem berjalan. Perancangan sistem dilakukan dengan *Unified Modeling Language* (UML).

3.4.1 Use Case Diagram

Use case diagram menggambarkan aktor berinteraksi dengan sistem, dibuat sesuai proses bisnis yang telah diidentifikasi pada analisa sistem yang sedang berjalan. Aktor menggambarkan siapa saja yang terlibat dalam menggunakan sistem, sementara use case adalah gambaran dari sistem yang membentuk perangkat lunak. Fungsional dan operasional sistem dengan mendefinisikan skenario penggunaan yang disepakati antara pemakai dan perancang. Berikut ini adalah keseluruhan *use case* keseluruhan di PT. Central Georgette Nusantara dapat dilihat pada gambar 1

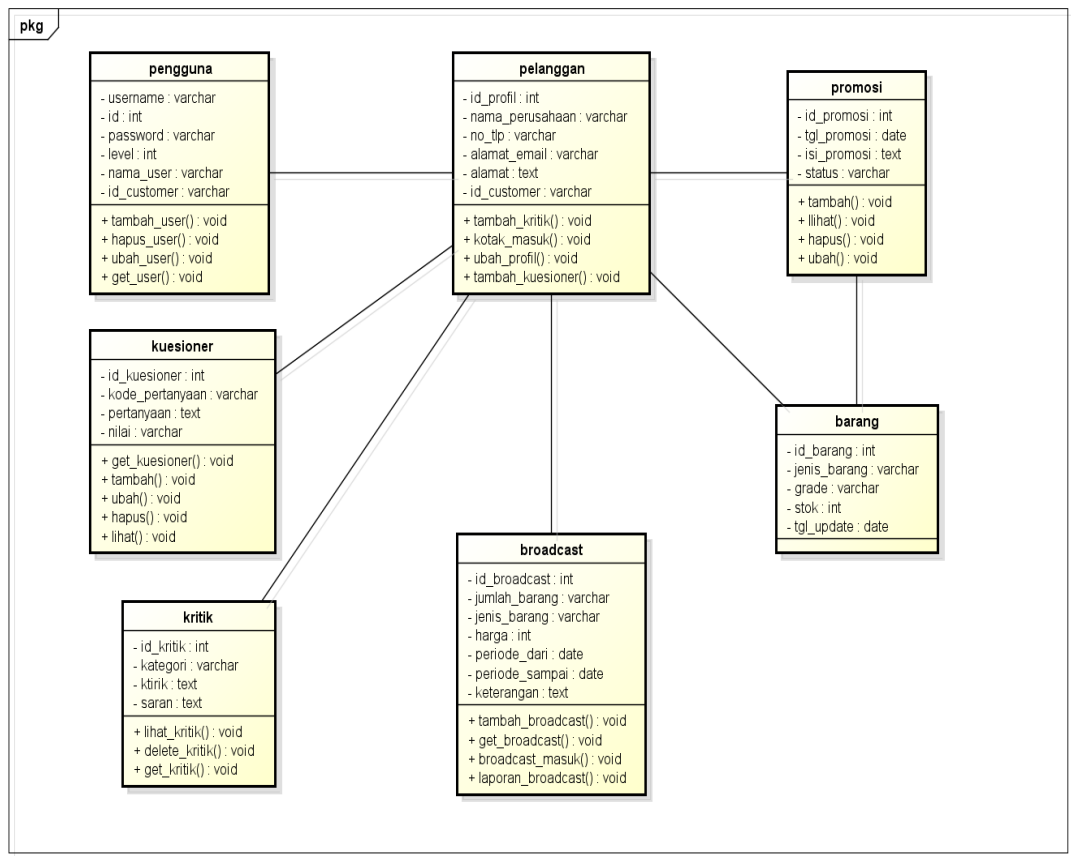


Gambar 1 Use Case Diagram

3.4.2 Class Diagram

Class diagram adalah rancangan yang menggambarkan jenis objek pada sistem Customer Relationship Management yang saling berhubungan dengan objek lainnya, Class diagram conceptual di sistem Customer Relationship Management pada PT. Central Georgette Nusantara mencakup tujuh class diagram. Tujuh class terbentuk dari scenario use case, semua class saling berhubungan satu sama lain,

berikut ini adalah class diagram sistem Customer Relationship Management pada PT. Central Georgette Nusantara, dapat dilihat pada gambar 2

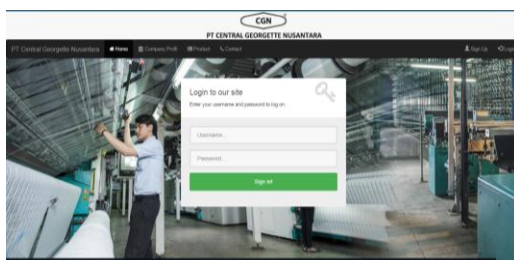


powered by Astah

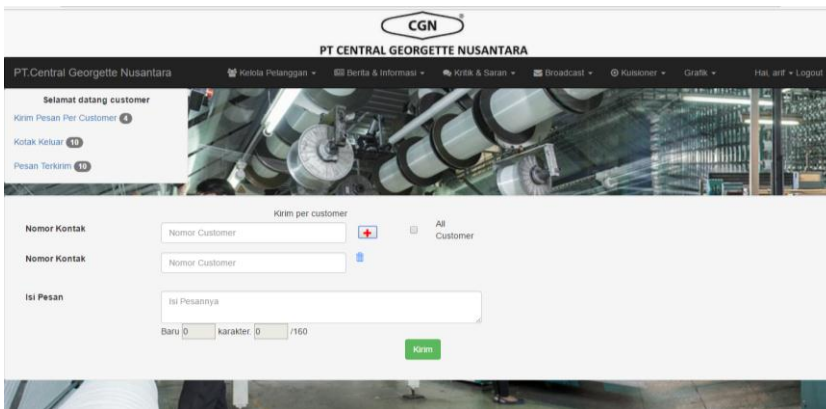
Gambar 2 Class Diagram

3.3 Hasil Implementasi

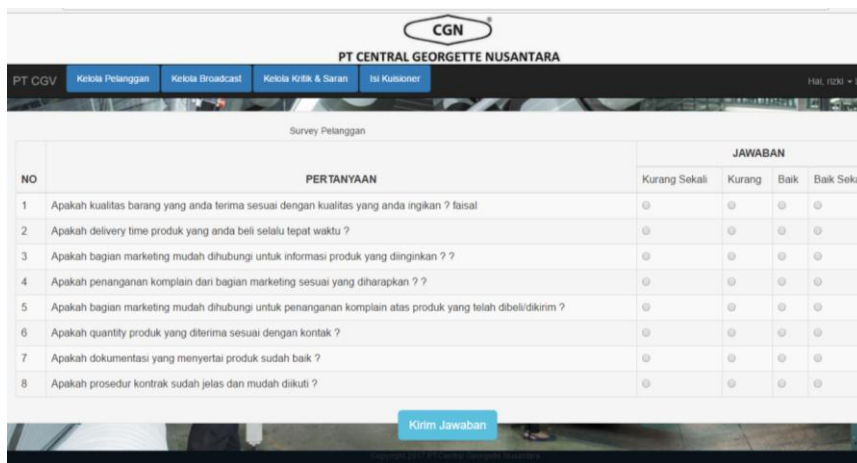
Implementasi sistem merupakan penerapan sistem berdasarkan pada desain yang dibuat sebelumnya. Implementasi sistem yang dibuat meliputi lingkungan operasi, arsitektur perangkat lunak, dan transformasi model rancangan ke program. Implementasi mencakup antarmuka halaman log in, antarmuka halaman mengirim pesan informasi, antarmuka mengisi kuesioner dan antarmuka halaman grafik hasil kuesioner, Berikut ini merupakan gambar dari hasil implementasi.



Gambar 3 Antarmuka halaman log in



Gambar 4 Antarmuka Mengirim Pesan Informasi via sms getaway



Gambar 5 Antarmuka halaman mengisi kuesioner



Gambar 7 Antarmuka Grafik kepuasan pelanggan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, dalam pembangunan Sistem Customer Relationship Management ini dapat disimpulkan bahwa dengan tersedianya sistem Customer Relationship Management perusahaan dapat mempertahankan *customer* yang ada dengan adanya bantuan penyajian informasi seperti informasi kritik dan saran *customer*. Dengan mempertahankan *customer* dan pemberian informasi yang akurat dapat meningkatkan penjualan produk pada perusahaan dan mempermudah perusahaan mendapatkan *customer* baru.

DAFTAR PUSTAKA

1. C Anatasha Onna, F Achmad ,K Srikandi , "Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan(Studi Kasus Bandung Sport Distro Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 15, p. 1, Oktober 2014.
2. U Ema , Sarkawi, "Penerapan Customer Relationship Management Untuk Merancang Fitur Aplikasi Penjualan Buku Online," *Jurnal Teknologi Technoscientia*, vol. 6, no. ISSN: 1979-8415, p. 1, 2013.
3. E. Ekadiansyah and H. Kurniawan, "Perancangan E-CRM(Customer Relationship Management) pada PT.Sonya FM Medan," no. ISSN : 2302-3805, 2015.
4. Yulianti, Eva; Ifwandi, Putra, "Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (CRM)pada English Language School(ELS) dengan Bahasa Pemrograman PHP," *Jurnal Momentum*, vol. 16, no. ISSN : 1693-752X, 2014.
5. D. Setiawan and E. H. Saputra, "Penerapan Konsep Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website Pada UD.Toyoriz Busindo," *Jurnal Ilmiah DASI*, vol. 16, no. ISSN: 1411-3201, 2015.
6. R. D. Gede and A. H. Zainal, "The Impact of Enterprise Resource Planning (ERP) System Implementation on Organization: Case Study ERP Implementation in Indonesia," *IBIMA Business Review*, vol. 2011, no. 2, pp. 1-10, 2011.
7. Y. A. As, "Perancangan Aplikasi Berbasis Customer Relationship Management (CRM) untuk IKM Tas Yanri di Bogor," *Jurnal Pekommas*, vol. 16, pp. 131-140, 2013.
8. M. Afrina and A. Ibrahim, "Rancang Bangun Electronic Costumer Relationship Management (E-CRM) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Komputer Unsri," *Jurnal Sistem Informasi(JSI)*, vol. 5, no. ISSN Print 2085-1588, 2013.